

Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu

FUORICASA
**L'evoluzione
della domanda**

BIRRERIE
**Crescono
le catene**

Collettiva
**LE INCOGNITE
DI FINE ANNO**

Dussmann

FACILITY MANAGEMENT

FOOD SERVICES

TECHNICAL SOLUTIONS



We care for more

Progressive spirit, perfect fit, personal touch.

dussmann.it

ANGEM

lancia l'allarme

“Va dato merito all'Associazione Nazionale della Ristorazione Collettiva di avere organizzato gli *Stati Generali della Ristorazione Collettiva* con una tempistica perfetta, subito dopo l'insediamento del governo e in contemporanea con la presentazione della manovra finanziaria. Questa circostanza ha consentito di sottoporre tempestivamente all'onorevole **Massimo Bitonci**, sottosegretario al Ministero delle imprese e del Made in Italy, le problematiche che assillano gli operatori del settore, prima fra tutte l'impossibilità di fronteggiare le ricadute degli aumenti dei costi delle materie prime alimentari e dell'energia che minano la sostenibilità economica di un servizio essenziale e in molti casi di interesse pubblico.

È stato un incontro interessante quello tenuto a Roma nella sede di Confcommercio e FIPE, arricchito da numerosi contributi, e concluso

da una tavola rotonda che ha visto protagonisti i leader di alcune delle principali aziende della ristorazione collettiva. Ne è uscito un messaggio unanime non caratterizzato da sole lamentele, ma soprattutto da pressanti richieste e interessanti proposte, che il sottosegretario si è detto disposto a esaminare in un incontro al ministero con le aziende.

Non siamo così ingenui da abbandonarci a un facile ottimismo, troppe volte abbiamo ascoltato promesse che non hanno avuto seguito.

Tuttavia l'iniziativa di Angem è stata decisamente positiva e, pur senza eccedere nelle speranze, non vogliamo escludere a priori che il messaggio possa essere recepito e trovare ascolto in sede politica.

Se son rose...

”



Orgogliosamente Italiani



SERVIZI DI RISTORAZIONE COLLETTIVA A MISURA DI PERSONA

Sociosanitaria | Scolastica | Aziendale | Commerciale | Vending

La nostra idea di ristorazione si basa su una chiara visione: promuovere una corretta cultura dell'alimentazione che soddisfi le esigenze di tutti i nostri clienti. Crediamo nella ristorazione ecosostenibile, responsabile e che si adatti alle richieste degli utenti. Ecco perché scegliamo soprattutto aziende e prodotti della nostra terra.

DICEMBRE 2022

01 Editoriale - Angem lancia l'allarme

06 News - La notizia è servita

18 Tendenze e mercati - Nuove sfide per la finanza pubblica

21 Convegni - Angem chiama, la collettiva risponde

Dopo la pandemia, l'aumento dei prezzi e il caro bollette mettono a rischio la sopravvivenza del comparto delle mense, che svolge una funzione sociale vitale: agli Stati Generali della Ristorazione Collettiva problemi, proposte e appelli

30 Food trend - Il successo nella ristorazione

Vecchi e nuovi fattori di successo nella ristorazione. Ecco su cosa puntare per guardare al futuro con rinnovato ottimismo

33 Gestione del personale - Regione che vai competenze che trovi

Chi opera nel comparto alimentare non usufruisce della stesso tipo di formazione. Colpa di leggi che cambiano a livello territoriale senza un buon motivo

38 Ristorazione universitaria - Una soluzione al passo coi tempi

Meno spazio per stoccaggio, preparazione e cottura e più superficie per il consumo. Questo il leitmotiv della nuova mensa dell'Università Statale di Brescia gestita dalla Pellegrini

40 Ricerca & sviluppo - Al cuore dell'offerta

È nella Factory Food Designers nell'headquarter alle porte di Milano che Autogrill pensa e realizza le proposte e i formati f&b che milioni di consumatori in tutto il mondo frequentano ogni giorno

44 Ristorazione a tema - Catene a tutta birra

Cresce il consumo e il richiamo della birra, sul cui slancio si fonda il successo dei format che mettono la bevanda ricavata dal malto al centro della loro offerta f&b

51 Ristorando per Markas - L'innovazione che parte dalle persone

In un periodo di grandi cambiamenti per il settore della ristorazione collettiva, Markas guarda al futuro mettendo al centro delle proprie strategie un'innovazione rivolta alle persone

52 Alimentazione & salute - Verso gli Stati Generali della Nutrizione

Entra nel vivo il percorso di confronto aperto a tutti i portatori di interessi collettivi per valutare le criticità nutrizionali a livello nazionale, che si concluderà a Roma a inizio 2023

55 Ristorazione commerciale - Lo sport irrompe nel fuoricasa

Mentre i mondiali del Qatar entrano nel vivo della competizione, dalla Spagna ecco un esempio di food experience all'insegna della passione per il calcio



RUBRICHE

60 La borsa delle imprese

70 Ristorando Equipment

72 Ristorando club

76 Un anno di Ristorando

80 Carta stampata

a proposito di App

Ristorando è anche su Appstore



www.edifis.it



Ristorando

Anno 27 - numero 12 - Dicembre 2022

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina
• Antonio Duva • Corrado Giannone • Roberto Giannone • Emilia Guberti
• Giovanni Lizzini • Davide Moscuza • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Francesca Gerbino • francesca.gerbino@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: Ingraphic srl • Casazza (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu



Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Tutti i diritti di riproduzione degli articoli e/o foto sono riservati. Manoscritti, disegni, fotografie e supporti audio e video anche se non pubblicati non saranno restituiti.

Ai sensi del Reg. EU 679/2016 l'Editore garantisce la massima riservatezza nell'utilizzo della propria banca dati con finalità redazionali e/o di invio del presente periodico. Ai sensi dell'art. 15 il ricevente ha facoltà di esercitare i suoi diritti fra cui la cancellazione mediante comunicazione scritta a EDIFIS S.r.l. - Viale Coni Zugna 71 - 20144 Milano (o ai riferimenti sotto trascritti), luogo della custodia della banca dati medesima.

Ristorando
una rivista edita da:



EDIFIS S.r.l.

Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE



I sistemi di filtraggio olio più innovativi al mondo!

Il vero microfiltraggio per olio di frittura:
PIÙ FILTRI, PIÙ RISPARMI



SIGEP
THE DOLCE WORLD EXPO

dal **21** al **25** Gennaio 2023
Pad.: **B2** Stand: **007**

Venite a scoprire in anteprima i nuovi modelli **VITO VL** e **VITO VM**

- Risparmio olio fino al 50%
- Olio pulito in 5 minuti
- Friggitrici sempre pulite
- Fritti di alta qualità e perfetti nel tempo



www.vitoitalia.it #vitofilter Tel. 0438 460235



Infoline Whatsapp
345 5515644



Camst inaugura la mensa aziendale della Santoni

Un'area di 540 metri quadri dove ogni giorno saranno serviti oltre 600 pasti: taglio del nastro per la mensa della **Santoni** gestita da **Camst Group**. Si chiama *Convivio*, si trova al piano rialzato della sede centrale dell'azienda di calzature di lusso e il menu che offre è stato studiato in collaborazione con un'équipe specializzata per garantire "una proposta sana, completa e variegata dal punto di vista nutrizionale, con la possibilità di diete personalizzate per tutti coloro che abbiano esigenze specifiche", si legge in una nota. *Convivio* sarà così in grado di erogare oltre 600 pasti al giorno, opportunamente suddivisi in slot conformi agli orari specifici dei vari dipartimenti e reparti. Il progetto f&b, creato in collaborazione con la cooperativa emiliana, prevede inoltre delle soluzioni per la riduzione degli sprechi: in particolare i dipendenti avranno la possibilità di acquistare a un costo vantaggioso le eventuali porzioni di cibo non consumate durante la giornata, preparate in pratiche confezioni take-away.



A SX GIUSEPPE SANTONI,
ceo



Lagardère Travel Retail acquista la catena Marché

Lagardère Travel Retail ha acquisito il 100% del capitale di **Marché International AG**, la holding con sede in Svizzera che controlla il marchio di ristorazione **Marché**, più altri brand come **Palavrion**, **Cindy's** e **White Monkey**. A cedere è stato **Movenpick Group**.

Al termine dell'operazione, che si completerà nel primo trimestre 2023, Lagardère prenderà il controllo della rete di 150 ristoranti, dislocati in prevalenza nel travel retail, di **Marché** in sei Paesi: Germania, Austria, Croazia, Slovenia, Repubblica Ceca e Singapore. Dall'accordo sono escluse le stazioni di servizio autostradali e i pdv in Svizzera (gestiti da **Marché Restaurants Schweiz**).

Secondo dati della società, **Marché International** nel 2021 aveva generato vendite per 87 milioni di euro. La divisione foodservice di Lagardère Travel Retail, nel 2019, valeva un miliardo di euro di vendite.

Grandi Stazioni porta chef Cannavacciuolo nel retail

Per l'esordio nel canale travel retail, lo chef (neo) trisellato **Antonino Cannavacciuolo** si affida a **Grandi Stazioni**, nel cui circuito ha aperto due punti vendita con formula pop up store, precisamente negli scali di Roma Termini e Napoli Centrale.

Il pdv romano, di circa 40 mq, si trova nella galleria centrale appena riqualificata. A Napoli, invece, è nel pieno dell'area

ristorazione. In primo piano, ovviamente, si trovano i prodotti legati al Natale, come il panettone e tanti altri dolci, compreso un assortimento vegano: si va dalla famosa torta caprese alle praline, fino ai babà. Per un dono dedicato ai più piccoli anche Tony Bear, un simpatico orsacchiotto vestito come il celebre chef.

I due pop up saranno aperti tutti i giorni dalle 8 alle 21 fino ai primi giorni del febbraio 2023.



Day Ristoservice e l'appalto della Provincia di Trento



MARIACRISTINA BERTOLINI,
vicepresidente e direttore generale
Day Ristoservice

Day Ristoservice, azienda attiva sul mercato italiano delle soluzioni di benessere per le imprese e le persone, è l'unica e legittima aggiudicataria della gara bandita dalla **Provincia Autonoma di Trento**.

Con la sentenza n. 9260 del 10 Novembre, il **Consiglio di Stato** ha definitivamente accolto il suo appello, annullando il provvedimento di decadenza dell'aggiudicazione della gara indetta nel 2019 dalla PAT per l'affidamento del servizio sostitutivo di mensa a favore dei dipendenti degli enti appartenenti al sistema integrato provinciale, per un valore a base d'asta di oltre 55 milioni di euro. Un passo indietro: dopo l'esclusione dei competitor partecipanti, Day ri-

sultava legittima aggiudicataria e pertanto aveva convenzionato tutti gli esercizi abilitati alla fornitura del servizio sostitutivo di mensa. A seguito della sentenza, con cui il Consiglio di Stato ha ritenuto fondate le censure di violazione dei principi di proporzionalità, logicità e ragionevolezza per avere disposto la decadenza di Day Ristoservice dall'aggiudicazione per pretese non conformità degli esercizi convenzionati con riguardo al possesso dei codici ATECO (in tutto 34 sui 1351 accordi di convenzionamento conclusi con gli esercenti da Day in maniera corretta), alla Provincia autonoma non resterebbe che risarcire Day dei danni – quantificati in 2 milioni di euro – subiti per avere partecipato inutilmente alla gara, confidando nell'esecuzione del contratto. Di qui il diritto di Day a rivendicare il ristoro integrale dei danni, come ha sottolineato **Mariacristina Bertolini**, vicepresidente e direttore generale dell'azienda.

Sviluppo Cioccolatitaliani: tappa in Montenegro

Prosegue la strategia di internazionalizzazione del brand **Ciocolatitaliani** con il taglio nastro al primo punto vendita in Montenegro. Il format creato nel 2009 e guidato da **Vincenzo Ferrieri** arriva così a quota 52 negozi, dove è di casa la *chocology*, l'arte di mixare il cioccolato in gelateria, caffetteria e pasticceria. Da tempo impegnata sui mercati esteri, dove porta con successo il food retail made in Italy, Cioccolatitaliani ha all'attivo 18 store extra confine, con una decisa propensione per il Medio Oriente e l'Est Europa.

Proprio sui Balcani è puntata l'attenzione del brand: dopo l'opening di tre negozi in Albania e due in Kosovo, l'idea "è quella di continuare l'espansione in questi Paesi che amano la cultura italiana e, ovviamente, il suo patrimonio gastronomico appoggiandoci a partner locali con contratti di master franchising nazionali", ha commentato il ceo di Cioccolatitaliani, che ha in previsione di chiudere il 2022 con un giro di affari pari a 40 milioni di euro.

La location montenegrina è collocata nel centro di Podgorica: 400 mq caratterizzati dal concept design identitario di Cioccolatitaliani. Che, nell'immediato futuro, arriverà anche a Dubai, in Bahrain, in Arabia Saudita e in Kosovo.



Il poker di Autogrill nella nuova foodcourt di Fiumicino

Aprire a Fiumicino la nuova foodcourt del Terminal 3, con un poker di novità gestite da **Autogrill**.

Con ordine: nello scalo aeroportuale taglio nastro a un secondo punto vendita **Eataly**, con un'offerta ristorativa completa, che permette al brand di raddoppiare la presenza al **Leonardo Da Vinci**, dopo gli oltre 2.000 mq inaugurati prima dell'estate al Terminal 1. L'insegna **Caffè Napoli** serve invece il suo famoso espresso e una selezione di gastronomia napoletana mentre un locale **Sal De Riso** propone prodotti di pasticceria che arrivano dalla costiera amalfitana. Last but not least, novità assoluta è **Palm-a's**: per il brand che appartiene a **Cigierre** si tratta di un spin off del celebre **Temakinho** con proposta fusion.



Fipe: donne protagoniste della ripresa del food

“La presenza delle donne nel mondo dei Pubblici esercizi è ormai una realtà consolidata, ma per fare un ulteriore passo in avanti è necessaria una nuova mentalità. Vivere all'interno delle cucine non è più sufficiente: per dare un futuro al settore occorre diventare prima di tutto manager, trasferendo la propria visione del mondo all'interno dei locali. Un cambio di prospettiva che può essere guidato prima di tutto dalle donne”. È quanto ha detto **Valentina Picca Bianchi**, presidente del Gruppo Donne di **Fipe-Conffcommercio**, che ha aperto

la sua relazione in occasione dell'Assemblea annuale della categoria, alla presenza del presidente della Federazione italiana dei pubblici esercizi, **Lino Enrico Stoppani**. Il quadro dal quale si muove la riflessione di Picca Bianchi è nei numeri: dopo il crollo registrato nel 2020 a causa dei pesanti lockdown, il numero di imprese a titolarità femminile è tornato ai livelli pre Covid, superando le 112.700 unità a fine 2021. Ciò che ancora rimane in passivo è il dato sull'occupazione, con 411mila donne al lavoro in bar, ristoranti e imprese di catering

contro le quasi 480mila del 2019. Colpa anche di un settore, quello della ristorazione, che sta perdendo il proprio appeal soprattutto nei confronti del mondo femminile, a causa di orari poco compatibili con la vita personale e dell'alto tasso di mortalità delle imprese. Da qui la sfida lanciata dalla presidente del Gruppo Donne a tutto il settore: “Oggi è donna il 51,8% delle lavoratrici dei pubblici esercizi, mentre solo un'impresa su tre è a titolarità femminile. Nei prossimi anni l'obiettivo deve essere quello di ribaltare queste percentuali”.



VALENTINA PICCA BIANCHI, presidente del Gruppo Donne di Fipe-Conffcommercio

Cigierre: 600 assunzioni in 40 locali nel biennio '22-23

Cigierre prevede di dare lavoro a 600 persone nel biennio 2022-2023 grazie all'apertura di 40 nuovi locali. In primis, lo storico gruppo della ristorazione commerciale di Tavagnacco (UD) assumerà almeno 80 persone in Friuli Venezia-Giulia secondo quanto dichiarato da **Stefania Criveller**, direttore generale corporate dell'azienda. Il recruiting day, nato in collaborazione con i servizi per il lavoro della Regio-

ne Friuli-Venezia Giulia, ha visto l'invio di oltre 100 candidature. L'obiettivo dell'azienda è selezionare un totale di 50 profili da impiegare nei locali **Old Wild West**, **Shi's**, **Pizzikotto** e **Wiener Haus** sul territorio regionale. Ad essere ricercate sono figure manageriali (assistant restaurant manager), responsabili di cucina e di pizzeria, e personale con mansioni più operative: cuochi, pizzaioli, addetti alla cucina giapponese-sushi, camerieri di sala ma anche addetti alle consegne. Oltre ai 50 profili che verranno selezionati, Cigierre ha recentemente assunto altre 30 persone da impiegare nel nuovo ristorante **Wiener Haus** inaugurato oggi a Tavagnacco: un locale di nuova concezione che, primo della catena di ristoranti birrerie specializzata nei piatti della cucina mitteleuropea, offrirà un servizio che copre tutti i pasti, dalla colazione alla cena.



DA SX **CRIVELLER**, **ROSOLEN** E **MARCO DI GIUSTO**, ceo Cigierre



Burger King arriva a City Life

Il 236° locale in Italia e il 10° a Milano: ha aperto in zona City Life un nuovo ristorante della catena **Burger King® Restaurants Italia**, che è anche il numero 71 di proprietà diretta per la costola italiana del re del whopper. Il nuovo pdv segna un'ulteriore tappa nel percorso di crescita intrapreso dall'azienda, che ha visto, dall'inizio di quest'anno, l'opening di ben 9 ristoranti. Sviluppato su una superficie di 180mq, il nuovo Burger King impiega 24 dipendenti, con 26 posti a sedere all'interno e 50 esterni. Inoltre, il locale dispone del wifi gratuito e il servizio di delivery direttamente a casa.



**Il gusto
di mangiar
sano.**



**Come a
casa tua.**

A casa come a scuola, è sempre più importante costruire sin da piccoli un rapporto responsabile con il cibo che passi attraverso un'alimentazione corretta e il rispetto delle materie prime. L'impegno degli chef e dei nutrizionisti ElioR è quello di supportare le generazioni future in questo percorso, garantendo nelle scuole piatti sani e bilanciati ma anche invitanti e fantasiosi che stuzzicano l'appetito e la curiosità dei nostri giovani ospiti.

elior 

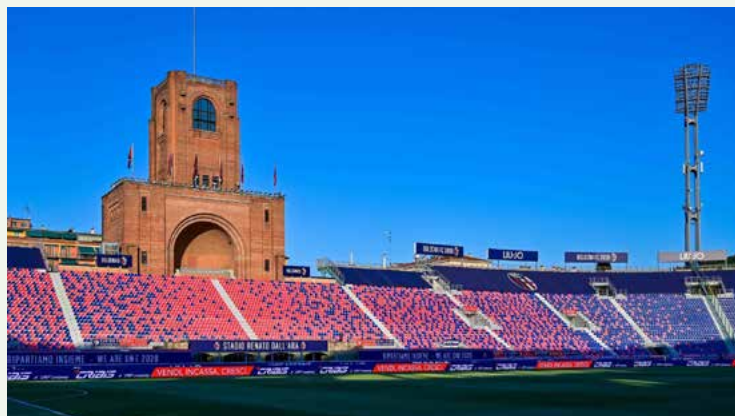
Hospes

ilineré

Artusia

Partnership rinnovata tra Camst group e BFC 1909

Camst group e **Bologna Football Club 1909** hanno rinnovato la partnership anche per la stagione 2022-2023. La storica collaborazione, nata alla fine degli anni '40 con la gestione dei primi punti di ristoro allo Stadio Comunale felsineo, porta da sempre Camst a fianco dei colori rossoblù nell'offerta di ristorazione per il pubblico del *Dall'Ara* di Bologna. Da una parte il gruppo si occupa della gestione dei bar all'interno dell'impianto sportivo e, con il suo marchio **Dettagli catering**, cura anche la ristorazione nell'area hospitality della Terrazza Bernardini. Novità della stagione sarà la collaborazione con il noto chef bolognese **Max Poggi**, che realizzerà un piatto firmato per ogni partita giocata in casa. Proseguirà anche la gestione della ristorazione per tutto il team dei giocatori nel *Centro Tecnico Niccolò Galli* di Casteldebole, sede degli allenamenti della squadra. Come sempre, il menu e le proposte saranno studiati ad hoc dai dietisti specializzati del Servizio Nutrizione di Camst, rispettando le indicazioni fornite dal team dei nutrizionisti rossoblù per i singoli giocatori relativamente a digeribilità, tecniche di cottura e scelta di prodotti di qualità.



La collaborazione tra Camst group e Bologna non si limita solo alla ristorazione: il gruppo, infatti, è a fianco del club anche come partner del **Bologna Fc Femminile** e del **Bologna Kids Club** (la membership dedicata ai tifosi under 14).

Vending in crescita dell'8,2% nei primi 9 mesi del 2022



Più di 1,7 miliardi di caffè (+3%) e mezzo milione di snack (+22,8%) consumati da gennaio a settembre alle vending machine italiane, mentre il settore affronta aumenti dei costi e crisi energetica. Nei primi nove mesi del 2022 sono proprio caffè e snack ad aver trainato i consumi agli oltre

850mila distributori automatici d'Italia, con la progressiva ripresa del settore (+8,2% vs 2021). Tuttavia, le conseguenze della pandemia e la crisi delle materie prime dovuta alla guerra in Ucraina hanno causato una contrazione delle performance del settore – in cui l'Italia è leader a livello internazionale – del 17,94% rispetto allo stesso periodo del 2019. È questo il quadro che emerge dallo studio presentato da **CONFIDA**, Associazione Italiana Distribuzione Automatica durante gli Stati Generali del comparto. Dal 2020 la crisi legata alla pandemia ha causato gravi perdite (-31,95% vs 2019) per le imprese del comparto, colpite in particolare modo da smart working, DAD, chiusure dei luoghi d'aggregazione e restrizioni negli ospedali. Crisi continuata nel 2021 quando, nonostante una lieve ripresa, la perdita è stata comunque del 23,7%. Nel 2022 la guerra ha causato mancanza di prodotti, aumenti vertiginosi dei prezzi, oltre alla crisi energetica che ha portato a una crescita significativa dei prezzi di carburanti, elettricità e gas. CONFIDA stima che il settore possa chiudere l'anno a -15% rispetto al 2019. In particolare, CONFIDA chiede di riaprire un tavolo di confronto sui CAM, e di escludere il settore dall'obbligo dei POS (D.l 30 aprile 2022 n.36).

Marr in forte ripresa

Marr archivia i primi nove mesi del 2022 con ricavi in crescita. Trend rafforzato per quanto riguarda il terzo trimestre che ha dato la spinta ai risultati da gennaio a settembre. In dettaglio, i ricavi consolidati dei primi nove mesi 2022 sono pari a 1,49 miliardi di euro, in aumento sia rispetto ai 1,07 miliardi dello stesso periodo del 2021 che ai 1,3 miliardi registrati nel 2019, pre pandemia. L'ebitda consolidato si attesta a 67,5 milioni di euro (dai 71,5 milioni nel 2021): il risultato netto si posiziona a 24,7 milioni di euro (28,3 milioni nel 2021). Le vendite alla ristorazione fanno la parte del leone con 1,29 miliardi, decisamente di più rispetto a 875,2 milioni del 2021 anche per merito dell'entrata di 11 milioni di euro, contributo del gruppo Verrini consolidato a partire dal 1° aprile 2021 e degli altri 11 milioni di Frigor Carni consolidata dal 1° aprile 2022.

Sempre nei primi nove mesi di quest'anno, le vendite ai clienti dello street market e del national account sono state pari a oltre 1,1 miliardi di euro: le vendite ai grossisti sono state pari a 177,7 milioni di Euro. Il patrimonio netto consolidato della costola del **Gruppo Cremonini** al 30 settembre 2022 è attestato a 339,6 milioni di euro dai 343,2 milioni al 30 settembre 2021. L'indebitamento finanziario netto al 30 settembre 2022 è di 187,7 milioni di euro e si confronta con 134,2 milioni del 2021 e i 184,7 milioni del 2019.

Risultati ottenuti da Marr grazie alla performance del terzo trimestre appena chiuso, il più importante dell'anno per la società: i ricavi consolidati da luglio a settembre sono stati infatti pari a 620,7 milioni di euro, rispetto ai 534,9 milioni del 2021. A dare vigore ai conti è stata, secondo i dati di Confcommercio, soprattutto la crescita dei volumi di alberghi, pasti e consumazioni fuori casa che, in Italia, è balzata del 4,1% rispetto al 2021.



A Genova aprono il bar Noi e il ristorante Tavolamica

Si arricchisce l'offerta food retail per la pausa pranzo targata **Camst Group** a Genova. L'azienda emiliana specializzata nella ristorazione commerciale e collettiva ha aperto due punti vendita all'interno del *World Trade Center*, la sede dell'Azienda speciale della **Camera di Commercio** del capoluogo ligure. Si tratta del bar gastronomico **Noi** e del ristorante **Tavolamica**.

Più in dettaglio, al 19° piano del Wtc della città della Lanterna, Noi offre il classico servizio di caffetteria (caratterizzato dall'utilizzo di una miscela di caffè appositamente realizzata per i locali di Camst Group) rafforzato da un'offerta gastronomica che partirà dalla colazione e arriverà alla pausa pranzo con servizio al tavolo. Prodotti tipici del territorio genovese e ligure, su ispirazione del marchio *Liguria Gourmet*, sinonimo di certezza dell'origine dei prodotti e di qualità della ristorazione punteggiano il menu.

Al primo piano dello stesso edificio, invece, è stato ultimato il restyling di un locale già di proprietà dell'azienda a marchio Tavolamica. Un ristorante self-service con angolo pizzeria per una tonda classica realizzata con impasto a lunga lievitazione. I due punti di ristoro danno lavoro a 17 persone tra baristi, cassieri, cuochi e addetti alla ristorazione.



I Love Poke sceglie Planted per allargare l'offerta

In tutti gli store a marchio **I Love Poke** una nuova bowl amplia la linea vegana: a un anno dall'arrivo di Planted in Italia infatti, la food tech di Kempththal ha siglato una partnership con il format fast casual che per primo, nell'ottobre del 2017, ha portato in Italia il poke hawaiano. Due leader nei rispettivi mercati di riferimento, accomunati da prodotti sani, filiere sostenibili e team giovanissimi che si distinguono con successo. Da una parte Planted, con le sue alternative vegetali alla carne a base di proteine di piselli, amatissime da vegani e flexitari del mondo; dall'altra I Love Poke, il concept creato da **Michael Nazir Lewis** e **Rana Edwards** che in pochi anni ha raggiunto oltre 150 store in tutta la Penisola con le sue bowl a base di cereali, verdure, superfood e pesce freschissimi.

Per la precisione, dal 21 novembre i poke lovers d'Italia possono trovare in tutti gli store I Love Poke l'inedita top bowl Veg Mex: una ricetta originale dedicata alla partnership con Planted, a base di bocconcini di planted.chicken marinati al sesamo, riso integrale, pomodorini, mais, avocado, salsa hawaiana special e mais tostato. Quella con marinatura al sesamo è una versione inedita dell'amatissimo planted.chicken, che Planted decide di lanciare per la prima volta in Italia in occasione di questa partnership importante.

Sei alla ricerca di un dipendente affidabile, motivato e produttivo per potenziare il tuo staff?



So cucinare molte cose contemporaneamente e sempre con risultati di altissima qualità.

Sarei felice di incontrarti di persona per mostrarti le mie capacità e capire come semplificare le attività nella tua cucina.

Mettimi alla prova!



RATIONAL

Collettiva: le richieste di ANIR

La revisione prezzi per il settore delle mense scolastiche e ospedaliere deve essere un obbligo: se così non fosse, a rischio è una platea di 1.500 aziende e 110.000 lavoratori. Forte e chiaro il grido di allarme lanciato dalle aziende del settore della ristorazione collettiva, che denuncia la grave situazione di crisi che stanno attraversando. Alla luce infatti dei rincari, diventa (quasi) impossibile riuscire assicurare l'erogazione dei servizi, soprattutto nei contratti con la PA, senza vedersi riconosciuti gli aumenti dei costi di energia e derrate alimentari, pari a circa il 20%.

Il continuo disinteresse delle istituzioni lascia presagire, a breve, il collasso dell'intero settore, con forti implicazioni sociali e sul mondo del lavoro.

A dirlo in una conferenza stampa alla Camera dei Deputati i rappresentanti di alcune associazioni del settore: **ANIR**, **Confindustria** e **Alleanza delle Cooperative Italiane Servizi** (Agci Servizi, Confcooperative Lavoro e Servizi, Legacoop Produzione e Servizi), che non per nulla hanno chie-

sto al Governo alcuni, urgenti interventi. In primis a livello normativo, per ripristinare l'obbligo della revisione dei prezzi per il settore della ristorazione collettiva legata all'andamento degli indici ufficiali di riferimento, al fine di remunerare i maggiori costi legati al normale andamento dei mercati. Secondo: il riutilizzo delle rimanenze non assegnate del fondo di sostegno alla ristorazione collettiva anche per le perdite di bilancio dell'anno 2021. Terzo: la revisione dell'attuale applicazione dei CAM nella ristorazione collettiva, alla luce dell'entrata in vigore della nuova legge su Km 0 e di filiera corta. ANIR e Alleanza delle Cooperative intendono mantenere alto il livello di attenzione sul settore, attraverso l'organizzazione di una straordinaria "mobilitazione nazionale", che prossimamente coinvolgerà lavoratori e utenti.



Kuiri apre a Torino (e ai clienti in store)

Kuiri, la startup milanese di kitchen sharing, è pronta a rivoluzionare lo scenario del delivery torinese. Un ulteriore passo in avanti per l'insegna premiata da *B Heroes*, programma per l'innovazione e la promozione di nuovi business, con un investimento di 300.000 euro. Per la sua prima esperienza fuori dal territorio lombardo, la quarta in assoluto, Kuiri sceglie il Quadrilatero Romano, dove saranno fino a 25 i brand della ristorazione che potranno trovare spazio. Kuiri (che in esperanto significa "cucinare") vanta il titolo di primo servizio di kitchen sharing italiano che permette di aprire la propria attività di food delivery in soli 30 giorni, con un investimento iniziale ridotto. Un modello di business strategico che, con l'inaugurazione torinese, completa la trasformazione da "cloud kitchen" a "digital food hall": un hub dove poter ritirare i piatti ordinati sulle piattaforme di delivery online o prenotare al momento le pietanze attraverso dei tablet appositamente predisposti. Infatti, quello di Torino è poi il primo punto vendita Kuiri che permette ai clienti di consumare i piatti ordinati in una sala interna, dotata di circa 30 coperti.

Altra novità presentata con l'apertura della location torinese, il cui progetto è stato curato dallo studio di architettura milanese *AtelierP - Pareschi & Piccinno* e realizzato da *Augusto Contract*, è il nastro trasportatore, con cui i cuochi velocizzano l'emissione delle pietanze al cassiere che, a sua volta, le consegnerà al cliente oppure all'operatore del servizio di delivery. L'opening di Torino è anche l'occasione per presentare ufficialmente la joint venture con **Helbiz Kitchen**, la più grande ghost kitchen italiana con servizio di consegna a domicilio tramite mezzi elettrici: l'azienda conta 6 virtual brand, i cui piatti saranno realizzati all'interno delle cucine di Kuiri. E la crescita non si ferma qui: forte di oltre 3.800 ordini settimanali – di cui l'80% è costituito da delivery e il 20% da take away – per un totale di 17.000 ordini mensili, la start up, che conta attualmente 20 cucine e 35 brand (tra cui spiccano **Il Mannarino**, **Noodle Bar**, **Nasty Burger**, **Pollolo** e **Spacca**), nei prossimi mesi inaugurerà una nuova location nel cuore di Roma.

Alla Camera dei Deputati arrivano i menu tricolore

In un periodo contrassegnato dalla virata tricolore (anche) nel linguaggio politico, con i termini "nazione" e "patrioti" ripetuti a ogni piè sospinto dai freschi vincitori delle elezioni politiche, il made in Italy non poteva non trionfare anche alla Camera dei Deputati. In arrivo infatti alla mensa di Montecitorio i menu regionali. A dicembre scade l'appalto per la ristorazione di questo ramo del Parlamento e l'idea sarebbe introdurre un nuovo bando per proporre a rotazione settimanale vari tipi di cucine locali, per valorizzare i prodotti del territorio. L'idea sarebbe quella di alternare le proposte regionali: dalla Sicilia alla Campania, dal Piemonte all'E-

milia-Romagna e così via, fino a completare il tour gastronomico delle 20 regioni italiane. Non un vizzo a detta dei promotori di Fratelli d'Italia: lo scopo è di valorizzare la filiera agro-alimentare tricolore. L'idea dei menu made in Italy è peraltro in linea con la battaglia lanciata dal Governo per la "sovranità alimentare", a partire dal cambio di nome del Ministero per le politiche agricole, alimentari e forestali, che da Mipaaf è diventato/diventerà – dopo la pubblicazione di apposito decreto – Masaf: Ministero dell'agricoltura, sovranità alimentare e forestale.





Praticità e gusto al vostro servizio



La gamma di condimenti monodose Condi & Condi si arricchisce di:
olio extra vergine di oliva aromatizzato al peperoncino, una delle referenze più ricercate. Grazie alle sue note gradevolmente piccanti rappresenta un perfetto alleato per esaltare il gusto di diversi piatti e salse.

Succo di limone: dedicato a dare personalità e gusto ai piatti tipici della tradizione italiana.

DISPONIBILI IN PRATICI BOX.



General Fruit S.r.l. Via Torquato Tasso, 8/10 24060 Credaro (BG) ITALY
Tel +39 035 927030 - info@generalfruit.com - www.generalfruit.com
f General Fruit Srl - [instagram generalfruit](https://www.instagram.com/generalfruit) - [linkedin General Fruit Srl](https://www.linkedin.com/company/generalfruit)



OFFICIAL SPONSOR
2022/23

Serenissima Ristorazione e Too Good To Go contro lo spreco

Serenissima Ristorazione, in prima linea contro lo spreco alimentare, sigla accordo con **Too Good To Go** al fine di portare avanti progetti e iniziative che promuovano un consumo più consapevole, limitando gli sprechi alimentari.

Presupposto: la grave situazione del food waste in Italia e nel resto del mondo non può continuare. I dati relativi al cibo sprecato nel nostro Paese ogni anno non fanno che incidere negativamente sull'economia e sull'ambiente. Ecco perché Serenissima Ristorazione da tempo impegnata nella lotta allo spreco alimentare, attraverso questa partnership con Too Good To Go, app che mira ad azzerare gli sprechi di cibo. Obiettivo: salvare gli alimenti e tutelare al contempo l'ambiente. In particolare, le "Magic Box" proposte da Serenissima Ristorazione, e disponibili presso il bar di viale della Scienza a Vicenza, offrono una selezione di prodotti freschi rimasti invenduti a fine giornata, che potranno essere acquistati a fine giornata, evitando di sprecarli.

La partnership con Too Good To Go si inserisce in un più ampio percorso di sostenibilità che ad oggi include diversi progetti e iniziative. Basti ricordare: la collaborazione con **Biova Project**, per recuperare il pane non distribuito e trasformarlo in birra artigianale; il progetto di recupero del cibo integro e non somministrato donato ad associazioni benefiche come il **Banco Alimentare**; la partecipazione di SR a **Green Week Food** nelle scuole di Bolzano e la collaborazione con **Foodinsider** per favorire il consumo di menu a basso impatto ambientale.



Next Habit: buona la prima!

Immagini, suoni, parole... ma, soprattutto, un pensiero condiviso da tutti i partecipanti alla prima edizione di **Next Habit** che si è svolta a Verona: un evento dedicato al "mondo di mezzo" (distributori, professionisti dell'horeca, key account manager), che aspira a mettere in connessione chi pensa alla cucina del futuro e chi, sapendola proporre nella giusta misura, soddisfa il cliente con argomenti efficaci e concreti.

Sono queste le prime sensazioni che non solo rimangono sulla pelle dopo la due giorni veronese, ma, a detta degli organizzatori della kermesse, entrano in profondità, tracciando una strada maestra per riconoscere le nuove abitudini che costituiranno la linfa vitale per le aziende che sanno immaginare quale possa essere la cucina del futuro, ma, in fondo, la stanno già mettendo in pratica. Accompagnati dalla competenza di un appassionato **Luca Ferrua**, colpiti dall'interpretazione artistica della compagnia di **Athletic Dance Theatre Katakò**, sul palco di Next Habit si sono susseguiti gli interventi, dotti e stimolanti, di alcuni esperti che hanno cercato di aiutare l'attento uditorio a immaginare gli scenari futuri della cucina professionale.

Già nell'introduzione del campione di Volley **Andrea Zorzi**, la metafora dello sport è stata utile a descrivere un parallelo efficace, perché, come nello sport di squadra, l'interdipendenza è fondamentale per il successo, così, nel settore della ristorazione, è determinante per il successo di aziende e distributori tra loro interconnessi.

Un format, un punto di contatto, costruito sui bisogni e sui desideri di aziende leader che vogliono presentarsi in modo diverso, attraverso il racconto completo della propria essenza, declinato in momenti emozionali, ispiratori e informativi.



Con 30 opening Sushi Daily sale a 220 pdv lungo la Penisola

Grazie a 30 nuove aperture (10 concept e 20 chioschi) realizzate nel 2022, **Sushi Daily (Gruppo KellyDeli)** arriva a 220 punti vendita su tutto il territorio italiano e 1.000 nel mondo. Forte di questi risultati, il brand lancia un nuovo concept e va in tv con un'importante campagna pubblicitaria. Il neonato format, in particolare, propone la modalità take away ma anche una sala con tavoli per consumare sul posto. Nello store i clienti possono acquistare confezioni già pronte oppure comporre il proprio menu grazie alla formula "pick and mix". I chioschi Sushi Daily sono situati all'interno di supermercati o in zone ad alto traffico pedonale e sono un forte elemento caratterizzante della catena, che è stata la prima in Europa a introdurre il concept di shop in shop. Non solo: in un'ottica di multicanalità si è sviluppato anche il canale delivery e take away, con 5 cucine da cui fare ordini nella città di Milano. Sushi Daily nasce nel 2010 grazie all'idea di **Kelly Choi**, imprenditrice di origini coreane.



Fipe fotografa incertezze e prospettive dei pubblici esercizi

Instabilità, insicurezza e altre preoccupazioni: se la confortante ripresa del turismo è stato un toccasana per l'economia del Paese, la guerra, la diffusione di nuove varianti Covid, i costi dell'energia e delle materie prime fuori controllo, il pesante ritorno dell'inflazione, proiettano l'ombra della recessione sul futuro della ristorazione. Un settore dove sono 30mila le imprese a rischio chiusura, con la conseguente perdita di almeno 130mila posti di lavoro, che andrebbero ad appesantire l'emorragia di occupati subita dal settore durante la pandemia. Trovarsi in crisi permanente significa dover prendere nuove

decisioni, impone capacità di adattamento e di visione sul futuro, comporta essere sottoposti a un continuo stress, individuale e collettivo. A mettere in fila problemi e priorità per garantire una prospettiva al settore è **Lino Enrico Stoppani**, presidente di **Fipe-Confindustria**, nel corso dell'assemblea annuale della Federazione, organizzata a Roma alla presenza del neo ministro delle Imprese e del Made in Italy, **Adolfo Urso**, del presidente della Conferenza delle Regioni, il governatore del Friuli Venezia-Giulia **Massimiliano Fedriga** e del presidente di **Confindustria**, **Carlo Sangalli**. Ma il settore ha bisogno anche

di misure che affrontino i nodi strutturali emersi durante la pandemia. Per primo il lavoro, tema centrale per un settore che fa del servizio l'elemento premiante della sua offerta. Sono necessarie politiche attive in grado di riqualificare, innovare e investire sulle competenze – vecchie e nuove – e percorsi di orientamento per i giovani verso percorsi formativi e scolastici in grado di dare prospettive occupazionali, contrastando anche il dumping contrattuale che interessa il settore. Senza dimenticare il riordino delle norme che regolano il mercato, per dare corpo al principio "stesso mercato, stesse regole".



LINO STOPPANI,
presidente Fipe-Confindustria

CIRFOOD eLink@ut: prove pratiche di inclusione

CIRFOOD e **Link@ut** hanno stretto una partnership per la formazione del personale dei locali **Poormanger**, catena di ristorazione acquisita da CIRFOOD Retail, al fine di creare dei Link@ut point, spazi dedicati all'accoglienza di persone autistiche, che permetta loro di godere in serenità di un pasto e di momenti di socialità. La collaborazione tra la coop guidata da **Chiara Nasi** e la realtà riminese eccellenza nel mondo dell'innovazione sociale per la creazione di un collegamento fra l'autismo e l'accoglienza a tutti i livelli e in vari settori, nasce dalla



condivisione di un valore comune: l'inclusione. Detto, fatto: ad accogliere gli utenti nei pdv Poormanger sarà personale formato (a oggi 56 persone) sulle esigenze delle persone neurodivergenti, contraddistinto da una spilla con uno smile blu: un piccolo

segno distintivo, in grado di muovere fiducia e serenità nelle persone autistiche e nelle loro famiglie. In linea con il percorso avviato con **Rita Pieve**, il primo ristorante self-service inclusivo di Italia, il progetto ha anche lo scopo di sensibilizzare i clienti sui temi legati all'autismo. Ciò sarà possibile attraverso la realizzazione di un percorso con pannelli informativi all'interno dei locali Poormanger, che consentiranno a tutti i clienti di capire come, con semplici gesti comuni, si possa avere cura nel trattare le persone autistiche. Come? Basta mantenere un tono di voce basso, per permettere alle persone autistiche di sedersi a tavola serenamente, oppure dare la precedenza, perché spesso le persone neurodivergenti hanno difficoltà a gestire le attese o, ancora, non giudicare comportamenti in "apparenza" fuori contesto.



GIOVANNI PORCU,
ceo Foodbrand

Doppio Malto arriva a Parma

Apra a Parma il 35° locale a marchio **Doppio Malto**, il 31° in Italia. Il "posto felice" del portfolio di **Foodbrand** non poteva mancare nella città italiana dove, secondo la classifica stilata dall'**Università La Sapienza di Roma**, si vive meglio.

Collocato in zona Campus, vicino al cinema *The Space* fresco di un importante restyling, il nuovo Doppio Malto serve anche qui le birre artigianali nate ad Erba, in provincia di Como, in uno spazio di circa 350 metri quadrati dotato di 170 coperti e un dehor.

Nuove aperture uguali nuovi posti di lavoro: per il locale parmense sono state già assunte 20 persone sul territorio, ma le selezioni sono ancora aperte per kitchen manager e staff di sala, sia part time sia full time (per candidarsi: talent@foodbrand.com).

Opportunità professionali che continueranno a estendersi in tutta Italia ed Europa: il piano di sviluppo del marchio prosegue e con esso aumentano anche le figure professionali che Doppio Malto cerca.

Scuole: Sulmona prepara il bando per le mense

Nessuna proroga, se non una prettamente tecnica, per la refezione nelle scuole di **Sulmona**. Nonostante l'ipotesi di un rinnovo biennale fosse previsto nel primo bando di affidamento triennale, il Comune ha deciso di fare un'altra gara che sia in grado, già dall'anno scolastico 2023/2024, di fornire un nuovo servizio nelle mense cittadine.

Ecco perché è stato di recente designato un supporto al Rup, ovvero un esperto che dovrà aiutare il funzionario comunale a redigere la gara europea che avrà durata quadriennale e un valore di oltre 2 milioni di euro.

L'appalto in essere, affidato nel 2019, scadrà infatti il prossimo 7 gennaio. Il nuovo dovrà tenere conto degli effetti della pandemia: calo del numero dei pasti e riduzione delle sedi di somministrazione dei pasti. Senza contare i previsti aumenti delle materie prime e il peso dell'inflazione che, sicuramente, costringeranno a stabilire nuovi criteri e nuovi prezzi per la gara e la commessa.



Billy Tacos cresce e arriva a 52 locali

Billy Tacos, la catena di ristoranti fast casual ispirati alla cucina messicana del gruppo **Roadhouse**, ha inaugurato il 52° locale all'interno del centro commerciale **Aprilia2** in via Riserva Nuova, Aprilia (LT). Come spiega **Nicolas Bigard**, amministratore delegato di Roadhouse Spa, Billy Tacos sta riscontrando un grande successo, con 52 locali inaugurati in meno di due anni, di cui ben 35 solo nel 2022. E in programma c'è un'altra decina di aperture entro l'anno e di raggiungere i 100 ristoranti nel 2023. Una crescita sostenuta dal gradimento del pubblico, soprattutto dai giovani della Gen Z. Con la sua caratteristica offerta, Billy Tacos ha portato in Italia l'assoluta novità dei "french tacos" e ha reso attuali gli altri grandi classici dello street food messicano, come burritos, nachos e mex tacos.

Sodexo BRS nomina Tommaso Palermo Sales Director

La divisione italiana di **Sodexo Benefits and Rewards Services**, protagonista nei servizi finalizzati a migliorare la qualità della vita delle persone, ha nominato **Tommaso Palermo** Sales Director. Al manager, che riporta direttamente al ceo **Florent Lambert**, è stata affidata la definizione della strategia commerciale e del customer service, nonché la guida dei team commerciali, per un totale di oltre 40 persone, operanti tra la sede di Milano e tutto il territorio nazionale. Sales manager esperto, con esperienze in ambito internazionale e nella gestione di campagne di vendita in Europa, America Latina e

Asia, Palermo ha assunto la guida della Direzione Sales di Sodexo Benefits & Rewards Services Italia nei primi mesi del 2022, dopo un percorso professionale che lo ha visto operare fin dall'inizio della sua carriera nei comparti digital, tech e Telco.

Un profilo, insomma, in linea con la rilevanza data da Sodexo Benefits & Rewards Services Italia al tema della digitalizzazione del comparto welfare. Con una formazione accademica sviluppata tra Italia e Regno Unito, il manager ha maturato la sua esperienza lavorativa ricoprendo ruoli di responsabilità in realtà aziendali nazionali e internazionali.



TOMMASO PALERMO,
Sales Director Sodexo BRS



Greenway

La gioia di crescere

È Greenway il sistema di gestione dei menù per le scuole più completo e innovativo che garantisce una alimentazione sana ed equilibrata.

Definite ricette e grammature di ciascun alimento, Greenway calcola i valori nutrizionali corretti*, così i genitori sanno se i pasti sono calibrati secondo le necessità alimentari dei propri figli, per età, diete alimentari, allergie e intolleranze.

Greenway ottimizza la produzione di pasti grazie all'analisi predittiva dei consumi, monitorando gli scarti e riducendo gli sprechi. Attento agli aspetti sensoriali, Greenway analizza il livello di gradimento per apportare ai menù le misure correttive necessarie. E offre il consiglio alimentare alle famiglie per aiutarle a predisporre i pasti serali.

Così crescere è diventato più semplice.

*In base alle tabelle CREA

Nuove sfide per **la finanza pubblica**

Sullo scenario internazionale pesa, ormai da quasi un anno, la cappa oppressiva di una crescente tensione: una situazione esposta ad esiti imprevedibili, anche assai gravi.

Tuttavia, sottotraccia, cominciano a scorgersi segnali che potrebbero alimentare un clima migliore: si tratta di un processo che è in una fase del tutto embrionale e, quindi, che potrebbe essere spazzato via in un attimo come le vittime innocenti dei missili caduti, a metà novembre, in territorio polacco ai confini con l'Ucraina. Per ora si può solo dire che apre alla speranza di vedere i leader delle venti maggiori economie mondiali, tutti bianco vestiti e intenti, in un'armonia di maniera, a piantare mangrovie durante il recente Forum di Bali: immagine diffusa, viene da pensare, per dare risalto allo slogan della riunione: "Insieme nella ripresa, più forti nella ripresa". Gli stessi leader hanno poi approvato una risoluzione di condanna dell'aggressione dell'Ucraina da parte della Russia, responsabile, affermano, di aver scatenato una guerra "che sta causando immense sofferenze umane e aggrava le fragilità esistenti nell'economia globale". Parole nette che suonano come un secco richiamo a imboccare la strada di una conclusione negoziata del conflitto, premessa necessaria a riaccendere il motore della crescita.

Che questa sia urgente risulta del resto evidente dagli ultimi dati. L'elevata inflazione, che continua a gonfiare i prezzi (malgrado il calo registrato dalle quotazioni del gas naturale in ottobre, specie in Europa) e la stretta della politica monetaria attuata in molti Paesi hanno dato una spinta recessiva allo scenario internazionale, destinata ad accentuarsi – prevedono in molti – soprattutto agli inizi del prossimo anno.

Il commercio di beni, in volume, segnala (Istat di agosto) una crescita debole (+0,7% sul mese precedente) mentre il Pmi - l'indice globale sui nuovi ordinativi all'export - anche in ottobre è rimasto, per l'ottavo mese consecutivo, sotto la soglia di espansione di 50: segno di una previsione di contrazione della domanda mondiale.

Gli Stati Uniti hanno chiuso lo stesso trimestre, con buoni risultati. Il piccolo rimbalzo (+0,6%), peraltro, è stato dovuto solo alla spinta dell'export mentre la domanda interna resta debole. Effetto, sostanzialmente, delle dure misure di contrasto dell'inflazione varate dalla Federal Reserve. Tale azione comincia a produrre effetti ma al prezzo – sopportabile solo per una robusta economia in fase di espansione qual è, attualmente, quella Usa - di consistenti rialzi dei tassi ufficiali. Questi sono aumentati ancora, toccando il 4 per cento: di riflesso, si è registrata una contrazione dell'indice di fiducia dei consumatori, rilevato dal Conference Board, e un rialzo del tasso di disoccupazione che, in ottobre, aveva già raggiunto il 3,7 per cento.

Nell'area euro, la lotta contro la corsa dei prezzi è risultata, sino a ottobre, meno drastica malgrado l'inflazione avesse già allora toccato un nuovo massimo (10,7% tendenziale) e questo ha consentito, nel terzo trimestre, la prosecuzione, sia pure a ritmi più lenti, della crescita (+0,2 del Pil contro il +0,8 del trimestre precedente). Ma i mercati avevano fiutato che la musica stava cambiando: l'ultimo indice dell'Economic Sentiment (Istat, ottobre) è sceso sotto la media storica

per il quarto mese consecutivo. Infine, la conferma più esplicita: quella della Bce. "Ci aspettiamo di alzare ancora i tassi", ha detto la presidente **Christine Lagarde** parlando a Francoforte (Ansa, 21 novembre) e lasciando intendere che la stagione della politica monetaria accomodante era chiusa. Portare i tassi nella zona euro oltre il 2% non è perciò più un tabù e, nella lotta all'inflazione potranno essere utilizzati anche altri strumenti di carattere restrittivo. Tutto ciò rende più forte la prospettiva di un'Europa in recessione come del resto aveva, pochi giorni prima, adombrato **Paolo Gentiloni**, commissario Ue all'economia, affermando (11 novembre): "Ci aspetta un periodo molto difficile". L'Eurozona, prevede Bruxelles, il prossimo anno avrà una crescita debole (+0,3%) ben lontana da quella (+3,2%) che, si ipotizza, sarà messa a segno quest'anno.

In questo contesto, reso ostico dalla crisi energetica e da un livello dell'inflazione che resterà elevato anche nel 2023 (8,5% per l'area Ue e 6,1% nell'Eurozona) il nostro Paese mostra notevoli capacità di tenuta. Ma questo non è certo il tempo in cui si può abbassare la guardia: l'Italia nella classifica del debito occupa pur sempre il secondo posto nella zona Euro e, a fine anno, avrà un rapporto debito/Pil superiore al 5 per cento, da contenere, quindi, e in fretta. Sul versante della finanza pubblica le sfide si annunciano, insomma, assai aspre anche perché le regole del Patto di stabilità che legano tutti gli Stati della Ue, dopo la sospensione per il Covid, torneranno presto in vigore in una versione riformata: probabilmente ciò accrescerà le difficoltà per l'Italia ed è sconcertante che tale aspetto, potenzialmente esplosivo, non abbia sinora riscosso particolare attenzione dal dibattito pubblico.

Al contrario, dall'economia reale vengono segnali più confortanti. Una dettagliata analisi di **Marco Fortis** (IlSole-24 Ore, 4 novembre) documenta che il sistema manifatturiero italiano – non basato su poche grandi imprese ma imperniato su centinaia di aziende leader in settori di nicchia e su una forte struttura di imprese medie e medio-grandi – è riuscito a reggere molto meglio di tanti concorrenti di fronte al caos prodotto dalla pandemia nelle reti internazionali di trasporti, approvvigionamenti e scambi. Come mai? Grazie soprattutto, rileva l'economista, a due fattori vincenti: il sistema capillare di forniture interne, meno vulnerabile di quello globale, e il sostegno efficace del Piano Industria 4.0, grazie al quale, nel triennio 2015-2018, la manifattura italiana è diventata più innovativa e con standard più elevati di produttività. Ma molto resta ancora da fare.

Da qui l'importanza del regolare rifinanziamento di provvedimenti come la legge Sabatini - avverte Fortis - e di favorire il leasing nell'acquisto di beni strumentali da parte delle Pmi. Se si continuerà su questa strada il "made in Italy", dato spesso per spacciato, potrà ancora essere vivo e competitivo. E la gelata che si annuncia per l'inverno forse colpirà meno duramente il nostro Paese.

Antonio Duva



Associazione nazionale della Ristorazione collettiva e Servizi vari
Uffici: Via Barozzi 7 - 20122 Milano - Tel. +39 02 76281537 - Fax +39 02 76280761
www.angem.it - info@angem.it

COLOMBO RAG. ETTORE SRL

COMPASS GROUP SPA

ELIOR RISTORAZIONE SPA

GENESI SRL

ITALCATERING SRL

PEDEVILLA SPA

PUNTO RISTORAZIONE SRL

SER CAR RISTORAZIONE COLLETTIVA SPA

SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE SRL

SODEXO ITALIA SPA

Gli indirizzi e i recapiti di tutte le aziende associate
sono presenti sul sito www.angem.it

**la forza della professionalità
e il sapore della qualità
sempre al vostro servizio**



Angem chiama, **la collettiva risponde**

Dopo la pandemia, l'aumento dei prezzi e il caro bollette mettono a rischio la sopravvivenza del comparto delle mense, che svolge una funzione sociale vitale: agli Stati Generali della Ristorazione Collettiva problemi, proposte e appelli

di M.L. Andreis

Nel 2020 le imprese della ristorazione collettiva hanno registrato una flessione dei ricavi del 40%: -63% nella scolastica e -43% nell'aziendale. Dopo il recupero del 2021 per le scuole, l'aziendale a causa del lavoro agile è rimasta sempre indietro del 20% rispetto al 2019. A questo primo cataclisma si sono sommati adesso gli effetti altrettanto dirompenti dell'aumento dei costi delle materie prime e del caro bollette per

le imprese del comparto, che quest'anno spenderanno ben 220 milioni di euro di elettricità e 126 milioni di euro di gas in più rispetto al 2020. Risultato: in due anni, i costi per l'energia e materie prime alimentari sono passati da una incidenza del 36% al 52% sul totale degli esborsi sostenuti dalle SRC. Non solo: pesano sempre di più gli aumenti di imballaggi in plastica (+70% rispetto al 2021), cartone (+40%) e vetro (+30%)

mentre sullo sfondo scoppia il "caso bio": mancano i prodotti avicoli, mentre volano i prezzi di pasta (+24%), verdure (+31%) e latticini (+15%).

Parterre de rois

Questo in estrema sintesi il quadro drammatico emerso nel corso degli **Stati Generali della Ristorazione Collettiva**, nel corso del quale, sulla scorta di queste evidenze, il

presidente di **Angem** e padrone di casa **Carlo Scarsciotti** ha messo in guardia contro il pericolo di una vera débâcle per il mondo delle mense: "L'impennata dei costi delle materie prime alimentari, insieme a quella dell'energia, rischia di far implodere il servizio di ristorazione all'interno di scuole, ospedali, strutture pubbliche ed imprese private". Parole amare pronunciare di fronte a una nutrita platea di

Foodservice addicted?



...Enjoy the perfect combo of fresh news and events!

Contents and networks that meet your objectives!

Magazines B2B

retail food **Ristorando**

Meetings&Awards



Edifis Srl The Italian leading company in Foodservice culture
www.edifis.it - info@edifis.it

attori del comparto, che hanno ascoltato anche gli interventi preoccupati del presidente di **Confcommercio-Imprese per l'Italia, Carlo Sangalli**, e di **Lino Enrico Stoppani**, presidente di **Fipe-Confcommercio**, la Federazione italiana dei Pubblici esercizi in seno alla quale Angem è di recente rientrata. Preoccupazioni che hanno trovato puntuale riscontro nelle esperienze sul campo dei top manager di alcune delle aziende che operano nel comparto: **Rosario Ambrosino**, amministratore delegato di **Elior Ristorazione**, **Stefano Biaggi**, presidente e AD di **Sodexo Italia**, **Eugenio Chiesa**, direttore generale di **SIR - Sistemi Italiani Ristorazione** e **Fabrizio Pedrazzini**, direttore generale del **Gruppo Pellegrini**.

Ad ascoltarli era presente il sottosegretario al **Ministero delle Imprese e del Made in Italy, Massimo Bitonci**, da cui sono arrivate alcune rassicurazioni. Ma con ordine.

Tante le problematiche emerse nel corso dell'incontro, a partire dalla scarsa e non uniforme applicazione della norma del *Sostegni ter*, che impone alle stazioni appaltanti (comuni,

regioni, pubbliche amministrazioni, ma anche asl, corpi di polizia, etc...) di inserire all'interno dei bandi di gara apposite clausole per la revisione dei prezzi. A ciò si somma l'impossibilità, per molte imprese, di rispettare i vincoli imposti dai *Criteri Ambientali Minimi*, che sanciscono l'obbligo di portare in tavola alte percentuali di prodotti certificati bio, che oggi, però, o sono difficili da reperire, o sono molto onerosi. *"Queste distorsioni di fatto costituiscono una violazione del principio delle uguali regole in uno stesso mercato"*, ha spiegato Scarsciotti. *"Le imprese che hanno siglato i contratti pre-pandemia, quando non era previsto alcun adeguamento dei prezzi, si trovano ora a lavorare in perdita: non ricordo altri esempi di servizi pubblici essenziali in appalto che operino a prezzi fissi malgrado la fiammata inflazionistica. Chi lo ha sottoscritto dopo, invece, vive nel limbo costituito dalla discrezionalità lasciata ad ogni stazione appaltante. In pratica, abbiamo decine di migliaia di committenti in tutta Italia, ciascuno dei quali è libero di dettare le condizioni che preferisce in merito all'adeguamento*



ENRICO STOPPANI,
presidente FIPE



MASSIMO BITONCI,
sottosegretario di Stato al Ministero delle Imprese e del Made in Italy



CARLO SCARSCIOTTI,
presidente Angem

dei prezzi, in ragione del boom dell'inflazione e dei costi energetici. Tutto questo è inaccettabile". Quali le possibili soluzioni? Secondo il presidente di Angem occorre stabilire dei criteri uniformi, in relazione ai quali le aziende della ristorazione collettiva possono richiedere l'adeguamento dei prezzi, proprio come avviene negli appalti per i lavori, valorizzando e ridando fiato alle migliaia di piccole, medie e grandi aziende del comparto.

"Gli Stati Generali celebrano il ritorno strategico di Angem in Fipe", ha detto Carlo Sangalli. *"Un evento che, davanti agli stravolgimenti indotti dalla pandemia, dall'inflazione e dal caro bollette rafforza la colla-*

borazione la sinergia l'alleanza tra settori produttivi: il mondo migliore per affrontare il presente e di indirizzare il futuro. Ecco perché non è un semplice ritorno, ma un ritorno al futuro". Un ritorno sottolineato anche da Lino Enrico Stoppani: *"Sono contento di essere qui per festeggiare il ritorno di Angem: è importante in un momento come questo rafforzare il nostro credo associativo e fare squadra per fare sentire meglio la nostra voce nell'interlocuzione istituzionale. Nel mio ruolo di presidente di Fipe e vicepresidente di Confcommercio sento la responsabilità di far valere e le vostre richieste e non deludere le vostre aspettative. Questa è la vostra casa".*

NUTRIAMO IL FUTURO, INSIEME.



Il primo passo per realizzare il futuro è immaginarlo.

Siamo una delle maggiori imprese italiane nella ristorazione collettiva, commerciale e nei servizi di welfare.

Il cibo è la nostra passione più vera. Ci impegniamo da sempre a nutrire tutte le comunità e i territori a cui ci rivolgiamo, con idee e soluzioni per garantire uno stile di vita sano e un futuro più sostenibile.

Continuiamo a farlo insieme.
www.cirfood.com


CIRFOOD
Feed the future



Stoppani ha quindi evidenziato come, se l'impennata dei prezzi delle materie prime e dei costi dell'energia è un problema per tutte le imprese, "nel caso della ristorazione collettiva c'è un problema in più: l'obbligo di operare in costanza di prezzi fissi, in un quadro di grande volatilità, diventa un fardello che da solo è sufficiente a spiegare le difficoltà nelle quali versa chi opera in questo settore". Ecco perché il presidente della Fipe auspica che "le clausole di salvaguardia introdotte nello schema preliminare del nuovo Codice appalti possano essere d'aiuto affinché le ricadute degli aumenti dei costi delle materie prime alimentari e dell'energia non si riversino direttamente ed esclusivamente

sulla sostenibilità economica ed operativa delle aziende che erogano un servizio di interesse pubblico essenziale." Da segnalare di seguito l'intervento del nutrizionista **Andrea Ghiselli**, che ha sottolineato la funzione sociale della ristorazione collettiva, specie nella scuola, dove non solo svolge un ruolo educativo al mangiare sano ma sopprime a tante, troppe lacune in famiglia. Basti dire che, come ha riportato l'esperto, il 12% dei genitori con figli che pranzano a scuola vorrebbe che venissero date loro patate e pizza anche tutti i giorni, motivando tale "pretesa" con la – scoraggiante – motivazione che: "sono questi i piatti che piacciono ai nostri figli". Da notare anche la cor-



ANDREA GHISELLI,
nutrizionista

OSSERVATORIO ORICON: I NUMERI DELLA COLLETTIVA IN ITALIA



MATTEO CATALDI,
Oricon

La ristorazione collettiva è un mercato che vale 5.7 mld di euro e serve 1.3 miliardi di pasti ogni anno. Due terzi di questo mercato sono in appalto, con una quota massima del 90% nell'aziendale. Nel primo anno di pandemia il settore ha perso 2/3 dei suoi volumi. Il recupero nel 2021 è stato del 20%, specie nella seconda parte dell'anno. Anche per il 2022 è attesa una crescita a doppia cifra. Tuttavia, il giro d'affari non è ancora tornato ai livelli pre Covid. La sofferenza maggiore è ancora nel segmento delle aziende, dove i cambiamenti stanno diventando strutturali, con evidenti ripercussioni sul numero di pasti nelle mense. Sul fronte occupazionale, il comparto ha mostrato grande resilienza: a giugno 2022 la forza lavoro impiegata è circa la stessa del 2019: -4% per la precisione.

L'aspetto più problematico è quello degli approvvigionamenti: reso difficile dalla pandemia, adesso sono il costo di gas e elettricità e quello dell'inflazione a pesare ulteriormente.

I costi per gas ed elettricità sono passati da un'incidenza dell'1% a oltre il 10%: 6,7 e 3,7 rispettivamente. Al contempo, i prezzi delle materie prima sono aumentati del 30%.

Risultato: se nel 2020 materie prime, gas e elettricità rappresentavano un costo di 1,5 euro su un pasto da 4,80, nel 2022 le stesse voci ne valgono 2,33. Di qui il crollo dei margini in appalti aggiudicati molto anni prima di questa drammatica impennata.

Tanto più che, mentre nella commerciale la ristorazione può aumentare i prezzi alla clientela per non vedere i margini diminuire troppo, questo nella collettiva, dove i margini sono già ridotti all'osso, attestandosi in media all'1,5%, non è possibile. Le prospettive: nell'aziendale lo smart working, che nel 2019 riguardava 500mila lavoratori, oggi ne interessa 3.6 milioni, mentre nel corso dei lockdown riguardava il doppio. Nella scolastica la dinamica demografica è avversa ma l'estensione del tempo pieno nelle scuole grazie ai fondi del PNRR (1 miliardo di euro circa) può rappresentare una opportunità. Sempre che vengano rispettati i tempi: cosa che, specie al Sud, cui gran parte di essi sono destinati a causa di un ritardo storico su questo versante, non è scontata. Essi che il gap da colmare è drammatico: se nella provincia di Milano hanno il tempo prolungato - e quindi il pasto in mensa - l'88% dei bambini di elementari e medie, questa percentuale crolla al 6% nella provincia di Palermo.



ANDREA LUCCHINI,
segretario generale Fondazione Banco Alimentare

relazione tra risultati migliori ai test Invalsi e la presenza del tempo pieno a scuola e quindi della mensa...

È stata quindi la volta di **Andrea Lucchini**, segretario generale **Fondazione Banco Alimentare**, che ha ringraziato innanzitutto le SRC: "Da quando nel 2003 è stata approvata la Legge del Buon Samaritano, dapprima timidamente e poi sempre più numerose, le aziende della collettiva hanno scelto di donare ciò che non veniva consumato nelle mense. Oggi la chiamano sostenibilità va di moda e tutti ne issano il vessillo. Partita al rallentatore, oggi la collaborazione tra Primo e Terzo settore è sempre più proficua. Anche se rivela il dramma di

sempre più persone in stato di bisogno. Lo Stato deve ulteriormente incentivare questa collaborazione. Il cibo è un punto di incontro, di sintesi della vita collettiva, anzi della vita comunitaria. La vostra non è dunque ristorazione collettiva, ma ristorazione comunitaria".

Una definizione che è piaciuta anche ai manager di alcune delle aziende della collettiva che hanno portato il loro contributo, le loro esperienze, il loro punto di vista e le loro richieste agli Stati Generali. Ecco una sintesi dei loro interventi.

Rosario Ambrosino - Elio Ristorezione

Occorre rivedere il Codice degli appalti affinché conservi la giusta attenzione verso i



ROSARIO AMBROSINO,
amministratore delegato di Elio Ristorezione

criteri qualitativi dell'offerta e ne riconosca un valore congruo.

Ma non basta: è fondamentale che le aziende siano supportate da meccanismi di rinegoziazione dei contratti e di adeguamento dei prezzi all'inflazione in base alle mutate condizioni di mercato, affinché si possa garantire il rispetto del principio di conservazione dell'equilibrio contrattuale, a prescindere da qualsiasi variazione.

Certo: nelle bozze di riforma che circolano si fa riferimento

a variazioni dei prezzi in corso d'opera in presenza di fatti imprevedibili... Ma mi chiedo: quali fatti imprevedibili in più di quelli che stiamo affrontando da 3 anni in qua dobbiamo aspettare perché ci si accorga della nostra difficoltà?

E ancora: il sistema dell'offerta economicamente più vantaggiosa non funziona.

Sulla validità del principio siamo tutti d'accordo, ma poi, nella pratica, il punteggio assegnato allo sconto è determinante nell'aggiudicazione rispetto all'offerta tecnica.



STEFANO BIAGGI,
presidente e AD di Sodexo Italia

Stefano Biaggi - Sodexo

Il nostro settore è una parte fondamentale del sistema sociale nazionale. Lo Stato a parole dice di volerci aiutare. Ma in che modo? Durante la pandemia abbiamo speso 2 milioni di euro per dare mascherine a 10.500 dipendenti, ne abbiamo recuperati 68mila.

Adesso abbiamo un credito di imposta del 30% per l'energia, ma il 70% che rimane fuori chi lo paga?

Rifiutiamo la logica del lasciare il cerino in mano ad altri. Nel mondo degli appalti pubblici serve definire un insieme di regole chiare, trasparenti, univoche.



A close-up portrait of a young woman with red hair, smiling warmly. She is wearing a dark blue Sodexo cap with a red trim and a blue polo shirt with a red diagonal stripe across the chest that features the Sodexo logo. The background is softly blurred.

Ogni giorno con un sorriso

Sodexo è con te



It all starts with the everyday

it.sodexo.com



Aziende e Organizzazioni
Scuole e Università
Nidi d'infanzia
Ospedali, Strutture sanitarie e RSA



Ristorando. ⁴⁺
collettiva-commerciale moderna
Pocketmags Europe
Gratis · Offre acquisti in-app

Istantanee [iPhone](#) [iPad](#)



**Oggi più che mai
puoi leggerci
dove, come e quando vuoi**



EDIFIS
www.edifis.it



EUGENIO CHIESA,
direttore generale di SIR - Sistemi Italiani Ristorazione

Eugenio Chiesa - Sir

Cresce la difficoltà a reperire quantità adeguate di prodotti previsti nei capitolati: i nostri fornitori non riescono a star dietro alle nostre richieste di prodotti bio, a km 0, DOP, IGP, etc. Stante questa situazione e una base d'asta non remunerativa, molte aziende di medie dimensioni come la nostra non partecipano più a certe gare, neppure laddove hanno in carico il servizio. Gli amministratori si stupiscono e ci chiedono perché? Il perché è presto detto: con un costo pasto di 4,80 euro, sta diventando impossibile avere margini di redditività.

Senza contare la schizofrenia delle richieste: i CAM chiedono che i prodotti vengano reperiti in un raggio di 200 km ma poi l'appalto abbassa questa previsione a 70!

Alcuni dicono: aumentiamo le basi d'asta. Già: ma poi a chi facciamo pagare il conto? Alle famiglie a cui siamo poi noi aziende che dobbiamo per giunta andare a chiedere i pagamenti?

Fabrizio Pedrazzini - Gruppo Pellegrini

Mancano le locuste – ma pare arriveranno l'anno prossimo – e avremo completato la serie dei flagelli biblici.

Va data una dignità a questo settore perché, al pari di altri,

i prezzi devono essere stabiliti in base ai costi. Sono stato manager nel mondo farmaceutico per 15 anni: se su un farmaco l'azienda guadagna l'80%, come può stare in piedi un settore dove il margine sul singolo pasto è dell'1,50% su un costo totale di 4,50?

Se vado a mangiare una pizza spendo 20/25 euro, se vado da uno stellato 150 o più: come pretendo di far mangiare primo, secondo e contorno a mio figlio a scuola con meno di 5? Chi scrive i capitolati non ha idea dei costi reali: i prezzi devono essere sostenibili per le imprese. Se non accadrà, presto non parteciperanno alle gare e lasceranno a casa migliaia di lavoratori.

La ristorazione collettiva non è

un costo residuale per un committente ma una componente essenziale per centinaia di migliaia di clienti della scuola, della sanità, delle aziende, etc.

La parola al Governo

A tutti questi interventi, ha risposto il sottosegretario di Stato al Ministero delle Imprese e del Made in Italy, Massimo Bitonci: *"La situazione è drammatica per tutti ma in particolare per voi che non avete ancora recuperato i livelli pre pandemia. A mio avviso il servizio che garantite è un LEP: livello essenziale di prestazione. Lo Stato dovrebbe farsene carico. O, quanto meno, farsi carico delle situazioni di difficoltà di alcune famiglie per i cui figli, in certi casi, lo dico da ex sindaco, il pasto a scuola è quello più importante se non, ahinoi, l'unico della giornata"*.

Come garantire queste risorse? Per il sottosegretario va usata la leva fiscale. *"La manovra 2023 è buona, non eccezionale ma 21 miliardi su 35 vanno a sostegno parziale di famiglie e imprese per il caro energia: è un buon punto di partenza. Il Governo è vicino al settore ed è pronto ad ascoltare le istanze della ristorazione collettiva"*. Del quale Bitonci mostra di comprendere le problematiche: *"Se un pasto che viene remunerato 4,5 euro, non si può*

pretendere la carne di chianina due volte la settimana o percentuali assurde di prodotti bio, che neppure sono disponibili sul mercato", ha aggiunto. *"E nonostante tutto, la qualità del vostro servizio è ottima"*, ha riconosciuto, prima di concludere con la mano tesa: *"Capisco le vostre difficoltà e vi invito a vederci al ministero per predisporre una griglia di punti chiave, per poi inserire l'emendamento giusto, al momento e nel posto giusto"*.

Una disponibilità che Scarsciotti si affretta a raccogliere, ma senza rinunciare a puntualizzare ancora: *"Sono un ingegnere, sarò sintetico. Servono tre cose. Uno: sostegno da parte del Governo per bilanciare la fiammata inflazionistica: servono sostegni alle stazioni appaltanti per rivedere i contratti in essere. Non si possono chiedere altri sacrifici alle famiglie. Siamo in un'economia di guerra? Allora è la guerra come è la guerra. Secondo: va rivisto il Codice appalti perché si adegui alle necessità/peculiarità della ristorazione collettiva. Tre: bisogna fare chiarezza sulle normative che riguardano la filiera corta, il km 0, etc. perché ci sono troppe norme in conflitto e va superato l'approccio ideologico sul bio. Sono tre richieste a costo zero: urgenti e fattibili. Ma servono oggi perché domani è già troppo tardi"*.

Il presidente di Angem ha quindi aggiunto: *"La ristorazione collettiva non è una bandierina di maggioranza o opposizione: è una bandiera nazionale di tutti. È un settore che ha bisogno di rientrare nell'agenda politica nazionale con dignità"*. E ha poi concluso: *"Come ristorazione collettiva abbiamo a che fare con 6 ministeri. A un Governo appena eletto che ha un orizzonte di 5 anni davanti a sé, chiediamo di collaborare per mettere ordine, facilitare la vite delle imprese, individuare le vere priorità"*.



FABRIZIO PEDRAZZINI,
direttore generale del Gruppo Pellegrini



Vecchi e nuovi fattori di successo nella ristorazione. Ecco su cosa puntare per guardare al futuro con rinnovato ottimismo

Il successo **nella ristorazione**

La pandemia di Covid-19 ha messo l'industria della ristorazione di fronte a sfide che non si erano mai viste dal dopoguerra ad oggi. E ha anche modificato in modo significativo molte delle dinamiche che hanno caratterizzato il settore fino ad oggi. La cosiddetta nuova normalità ha portato in dote una serie di limitazioni nel rapporto fra individui, introdotto modelli di lavoro a distanza, introdotto norme igieniche, generato timori nei contatti fra individui e manifestato altre restrizioni di vario genere che hanno costretto gli operatori del foodservice a trovare nuove soluzioni per garantire i propri profitti. Ma se di cambiamento stiamo parlando, non possiamo dimenticarci che questo aveva già cominciato a mostrarsi chiaramente prima del 2020, sostenuto tanto dal progresso tecnologico quanto dall'impatto sulla domanda dei consumatori, generato da una nuova consa-

pevolezza dell'importanza della sostenibilità ambientale nella società moderna. La pandemia, però, ha fatto il resto accelerando i processi in modo imprevedibile. Per inquadrare più da vicino cosa sia successo al foodservice in questi ultimi anni ci aiutano i risultati di un sondaggio condotto dal magazine tedesco **Food service and Middle East** che mostra quanto sia cambiato lo scenario del fuoricasa e come fattori che solo qualche anno fa erano considerati marginali oggi siano fondamentali per il futuro e viceversa.

La ricetta giusta

Se pensiamo al decennio che ha preceduto la pandemia, l'elemento più cruciale per il successo di un'attività di ristorazione era la location. La competizione per accaparrarsi spazi ad alto traffico nelle strade principali, nei centri commerciali o in stazioni e aeroporti si palesava solo dando uno

sguardo ai canoni di locazione in continuo aumento. Ma sono state proprio queste le zone e le aree di consumo più colpite durante il covid-19 a causa del costante calo del numero di frequentatori di centri cittadini, utenti di treni e aerei e il passaggio di molti colletti bianchi dall'ufficio al lavoro da casa. Oggi quelli che una volta erano clienti abituali oggi faticano a riproporre le proprie visite al ristorante con la stessa frequenza di prima. E anche se la situazione sta iniziando a migliorare in molti luoghi, i ristoratori sono e in prospettiva saranno ancor più, costretti a ripensare alle proprie strategie di acquisto o locazione del proprio locale. Allo stesso tempo, per i consumatori, non è più solo il "dove" ma anche il "come e in che modo" ricevo il mio cibo ad essere sempre più importante. Quando si tratta dei fattori di successo del futuro, la posizione non è più un elemento strategico. Anche al-

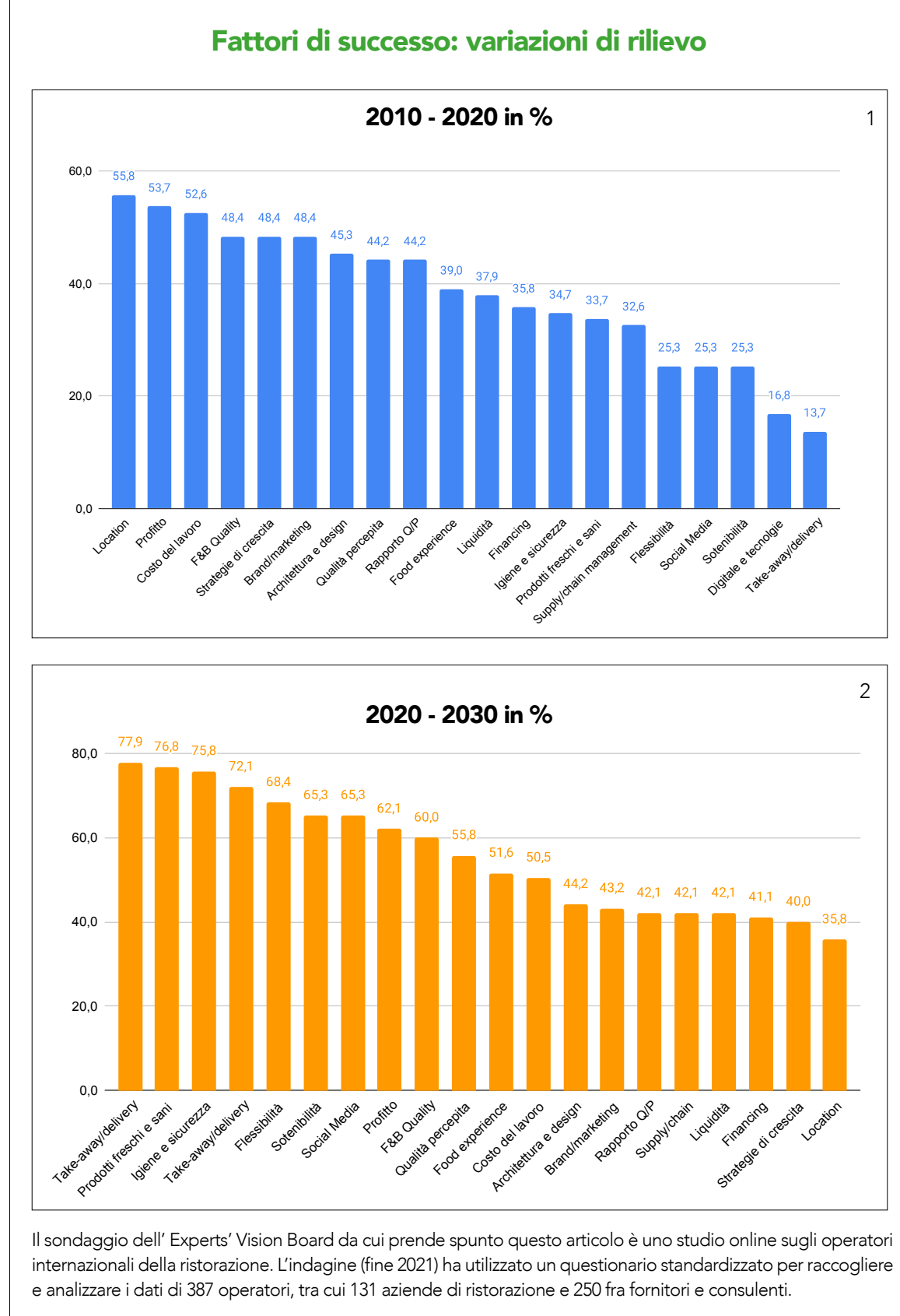
tri fattori come la redditività e il costo del lavoro, al contrario di quanto si è sempre ritenuto in epoca pre-Covid sono, secondo il sondaggio in esame, elementi meno rilevanti per il successo futuro di quanto non fossero in passato. Non fraintendete, redditività e costo del personale, nonché la qualità del cibo e delle bevande sono senza dubbio ancora indispensabili per il successo a lungo termine di un ristorante, tuttavia altri criteri hanno ora più peso nella percezione degli intervistati. Quali?... Ad esempio l'Innovazione tecnologica e digitale: la trasformazione digitale contagia tutti gli aspetti della vita e del lavoro. I dispositivi intelligenti sono diventati da tempo i inseparabili compagni. Che si tratti di soluzioni per ordinare o per pagare, di programmi fedeltà basati su app o soluzioni di supply chain, dispositivi per cucine commerciali collegati in rete, attrezzature automatizzate,

soluzioni di consegna robotizzate o intelligenza artificiale, l'elenco delle tecnologie sta diventando sempre più nutrito. Queste garantiscono agilità aziendale, efficienza, velocità, coerenza e trasparenza dei processi, nonché crescita delle vendite grazie a comunicazioni personalizzate con i clienti e previsioni affidabili. L'industria del fuoricasa sa che potrebbe essere fondamentale per il successo abbracciare le nuove opportunità digitali e tecnologiche il prima possibile.

Prodotti freschi e salutarì

Questo tipo di offerta è oggi la richiesta più chiara che giunge dai consumatori. Ciò che conta è essere all'altezza della consapevolezza nutrizionale che le persone hanno oggi. Gli operatori della ristorazione che offrono prodotti sani e freschi nel loro menu sono destinati ad intercettare i consumi di gran parte degli individui in ogni tipo di occasione e momento della giornata. Igiene e sicurezza: ecco un altro elemento fortemente strategico per il ristorante moderno.

Si tratta di un aspetto non proprio di primaria importanza fino a qualche anno fa sul quale la pandemia ha agito in modo chiaro sensibilizzando sia gli ospiti sia gli operatori. Su questo tema oggi le regole sono ancora in divenire ma al di là delle disposizioni di legge future i frequentatori di ristoranti continueranno a tenere sempre più in considerazione l'introduzione di elevati standard di pulizia e soluzioni che salvaguardino la salute dei clienti. Asporto e consegna a domicilio sono pratiche che oggi sembrano far parte della nostra vita quotidiana da sempre. In realtà nell'ultimo decennio takeaway e delivery non erano considerati fattori cruciali per il successo di un'attività di ristorazione. Oggi sono un must assoluto e non attrezzarsi di conseguenza un'imperdonabile autogol per la propria attività. Un altro aspetto sempre più importante con cui



garantire alla propria attività un futuro di successo è la flessibilità. Ritmi e modalità di consumo fuori dall'ordinario sono fattori tipici del nostro tempo, chiunque resti ancorato a strutture e processi

vecchio stile è destinato purtroppo per lui a rimanere indietro. Se con il proprio ristorante vogliamo essere parte del cambiamento oltre alla flessibilità non bisogna sottovalutare la presenza ma so-

prattutto l'uso sapiente dei social media oltre a un forte accento su tutti gli aspetti legati alla sostenibilità considerata universalmente la problematica con la p maiu-scola del nostro tempo.

PROGETTA^{SC}

SERVIZI DI ARCHITETTURA E INGEGNERIA
E DI CONSULENZA A ENTI PUBBLICI E PRIVATI

SERVIZI DI ARCHITETTURA, INGEGNERIA, PROGETTAZIONE INTEGRATA E CONSULENZA MULTIDISCIPLINARE PER ENTI PUBBLICI E PRIVATI

- Progettazione architettonica, impiantistica, strutturale e direzione lavori nei settori civile, industriale e commerciale;
- Progettazione specialistica di strutture per la produzione, trasformazione e conservazione di prodotti alimentari (cucine, ristoranti, bar, laboratori artigianali);
- Redazione piani di sicurezza e coordinamento in fase di progettazione e di esecuzione;
- Elaborazione di layout di attrezzature e arredi negli impianti di produzione e somministrazione di alimenti;
- Effettuazione di analisi chimiche, fisiche, microbiologiche, merceologiche e agronomiche su matrici alimentari ed ambientali;
- Consulenze agro-alimentari, dietetiche, nutrizionali ad enti pubblici e privati;
- Elaborazione di ricerche di mercato nel settore agroalimentare;
- Assistenza al RUP per la predisposizione di atti di gara relativi ai servizi di ristorazione, pulizia, verde pubblico;
- Consulenza e redazione di progetti tecnici per partecipazione a bandi di gara;
- Assistenza al direttore dell'esecuzione del contratto di ristorazione per la verifica di conformità;
- Assunzione della funzione di direttore dell'esecuzione del servizio di ristorazione, pulizia e verde pubblico.



40 ANNI DI ATTIVITA' SONO LA GARANZIA DELLA NOSTRA SERIETA' E COMPETENZA

PROGETTA, fondata nel 1979 come Conal, inizia la sua attività ad opera di un gruppo di giovani professionisti, uniti dalla voglia di costruire un progetto di lavoro comune mettendo insieme diverse competenze multidisciplinari. Architetti, ingegneri, tecnologi alimentari, chimici, agronomi, geologi ed esperti di gare d'appalto compongono oggi lo staff di Progetta. Grazie alla loro affermata professionalità ed esperienza, maturata negli anni di attività, PROGETTA è in grado di offrire oltre ai classici servizi di architettura e ingegneria anche consulenza specialistica ad alto livello per enti pubblici e aziende private che operano nel settore agroalimentare e ambientale.



Via Lodovico il Moro 159
20142 Milano
Tel: 0289122357
Mail: info@progetta.mi.it

www.progettasc.it



Regione che vai **competenze che trovi**

Chi opera nel comparto alimentare non usufruisce dello stesso tipo di formazione. Colpa di leggi che cambiano a livello territoriale senza un buon motivo

di Corrado Giannone e Monica Maj



L'addestramento degli operatori del settore alimentare è un elemento fondamentale per garantire che i processi produttivi avvengano nel rispetto delle norme igieniche a garanzia della sicurezza alimentare tanto che con l'entrata in vigore del Regolamento CE n.852/2004 è diventato obbligatorio.

Recentemente la Commissione Europea ha fatto una comunicazione (2022/c355/01) relativa all'attuazione dei sistemi di gestione per la sicurezza alimentare riguardanti le corrette prassi igieniche e le procedure basate sui principi del sistema HACCP, compresa l'agevolazione/flessibilità in materia di attuazione in determinate imprese alimentari. Il documento dedica un capitolo alla formazione del personale che opera nel settore alimentare.

Ecco una serie di punti contenuti nel documento che riteniamo importanti da segnalare:

1. Il personale degli OSA dovrebbe essere controllato e/o ricevere un addestramento e/o una formazione in materia di igiene degli alimenti adeguata per il suo ruolo; i responsabili dell'elaborazione e della gestione del sistema di gestione per la sicurezza alimentare dovrebbero ricevere un'adeguata formazione per l'applicazione delle GHP (Corretta prassi igienica), misure e condizioni fondamentali applicate in qualsivoglia fase della catena alimentare per fornire alimenti sicuri e adeguati di altri PRP nonché altre prassi e procedure come la formazione e la rintracciabilità, le quali stabiliscono le condizioni ambientali e operative fondamentali che pongono

le basi per l'applicazione delle procedure basate sul sistema HACCP.

2. È compito della dirigenza accertarsi che il personale che partecipa ai processi pertinenti dimostri di avere competenze sufficienti e sia a conoscenza dei pericoli identificati (se del caso), dei punti critici nella produzione, nel magazzinaggio e nel processo di trasporto e/o di distribuzione. Il personale deve inoltre dimostrare di conoscere le misure correttive, le misure di prevenzione e le procedure di sorveglianza e di registrazione applicabili nell'impresa, conformemente all'allegato II, capitolo XII, del regolamento (CE) n. 852/2004.

3. Dovrebbe essere operata una distinzione tra formazione in materia di igiene in generale (destinata a tutti i dipendenti) e

formazione specifica in materia di HACCP. In particolare, i dipendenti che sorvegliano/gestiscono o verificano punti critici di controllo (CCP) dovrebbero ricevere una formazione sulle procedure basate sul sistema HACCP. 4. La formazione di cui all'allegato II, capitolo XII, del regolamento (CE) n. 852/2004 va intesa in senso lato: una formazione adeguata non comporta necessariamente la partecipazione a corsi di formazione formali. Le competenze e le conoscenze possono essere acquisite anche attraverso l'accesso a informazioni e consulenze tecniche fornite da organizzazioni professionali o dalle autorità competenti, con una formazione adeguata impartita sul posto di lavoro/all'interno dell'impresa e attraverso manuali di corretta prassi operativa etc.



AFRICANS

2023

FOTO **MAURO DE BETTIO** TESTO **PIETRO VERONESE**

Ristorando

Ristorando con **Amani** per garantire casa, scuola e salute ai bambini e alle bambine di strada di Nairobi, in Kenya, e Lusaka, in Zambia. Una raccolta fotografica che ci offre uno sguardo sull'Africa ma che allo stesso tempo ce lo restituisce, a ricordarci che uno scambio, in quanto tale, prevede sempre almeno due direzioni.



Per ricevere questo calendario
Amani Ong Onlus

Via Tortona 86, 20144 Milano
tel. +39 02 48951149

bottega@amaniforafrica.it
www.amaniforafrica.it

5. La formazione in materia di GHP, di altri PRP e di sistema HACCP destinata al personale delle imprese alimentari dovrebbe essere commisurata alla natura e alle dimensioni dell'impresa e tenere conto dei rischi specifici legati alla natura dell'attività.

Differenze territoriali

Nel marzo 2021 l'importanza della formazione è stata rafforzata dall'introduzione del requisito (obbligatorio) di una cultura della sicurezza alimentare nel regolamento (CE) n. 852/2004. La formazione rappresenterà spesso lo strumento più importante ai fini del conseguimento di una buona cultura della sicurezza alimentare o dell'adozione di un'azione correttiva nel caso in cui siano rilevate carenze durante la valutazione della portata della cultura della sicurezza alimentare. Se questi sono i presupposti, sarebbe logico aspettarsi che la formazione e i rispettivi contenuti fossero i medesimi per gli operatori che sono impiegati nello stesso comparto produttivo, ma così non è perché ogni Regione stabilisce regole e monte ore dedicato differenti. Allo stesso modo sono differenti anche la durata della validità dell'attestato, gli argomenti e i requisiti dei formatori. In sintesi una vera Babele!

Vediamo nel dettaglio queste differenze.

In Friuli Venezia Giulia le ore di corso previste sono solo 2 e la durata dell'attestato è di 2 anni. In Lombardia l'attestato dura 2 anni e le ore previste per il corso sono 4, al contrario del Molise le cui ore di formazione sono 6 e la scadenza è quinquennale. La Regione Veneto ha approvato la legge Regionale n.2 del 19.3.201, con nuove "Disposizioni di riordino e semplificazione normativa in materia di prevenzione, sanità, servizi sociali e sicurezza pubblica", introducendo alcune importanti modifiche



menti come: le modalità della formazione (in aula, in azienda, per iscritto, a voce, con verifiche o senza, ecc.); i contenuti minimi; la durata; l'eventuale necessità di un rinnovo, in assenza di variazioni del ciclo produttivo; i requisiti del docente (nel caso in cui decida di affidare ad altri il ruolo di formatore); le modalità di attestazione/registrazione della formazione.

In Emilia Romagna le ore del corso sono 3 e la durata dell'attestato è di 3 anni.

In Abruzzo le ore del corso sono 6 e la durata dell'attestato è ancora di 3 anni.

In Campania la validità è triennale ma la durata minima del percorso formativo è fissata in: 4 ore per gli addetti di livello di rischio 1; 8 ore per gli addetti di livello di rischio 2 e 12 ore per i responsabili di industrie alimentari.

Per la Toscana la durata corso è di 8 ore per tutti gli addetti, 16 ore per i responsabili con 2 ore in aggiunta nel caso di alimenti gluten-free. E l'aggiornamento formativo è previsto ogni cinque anni.

In Basilicata la formazione prevede un corso della durata di 6 ore e un attestato da rinnovare ogni 2 anni.

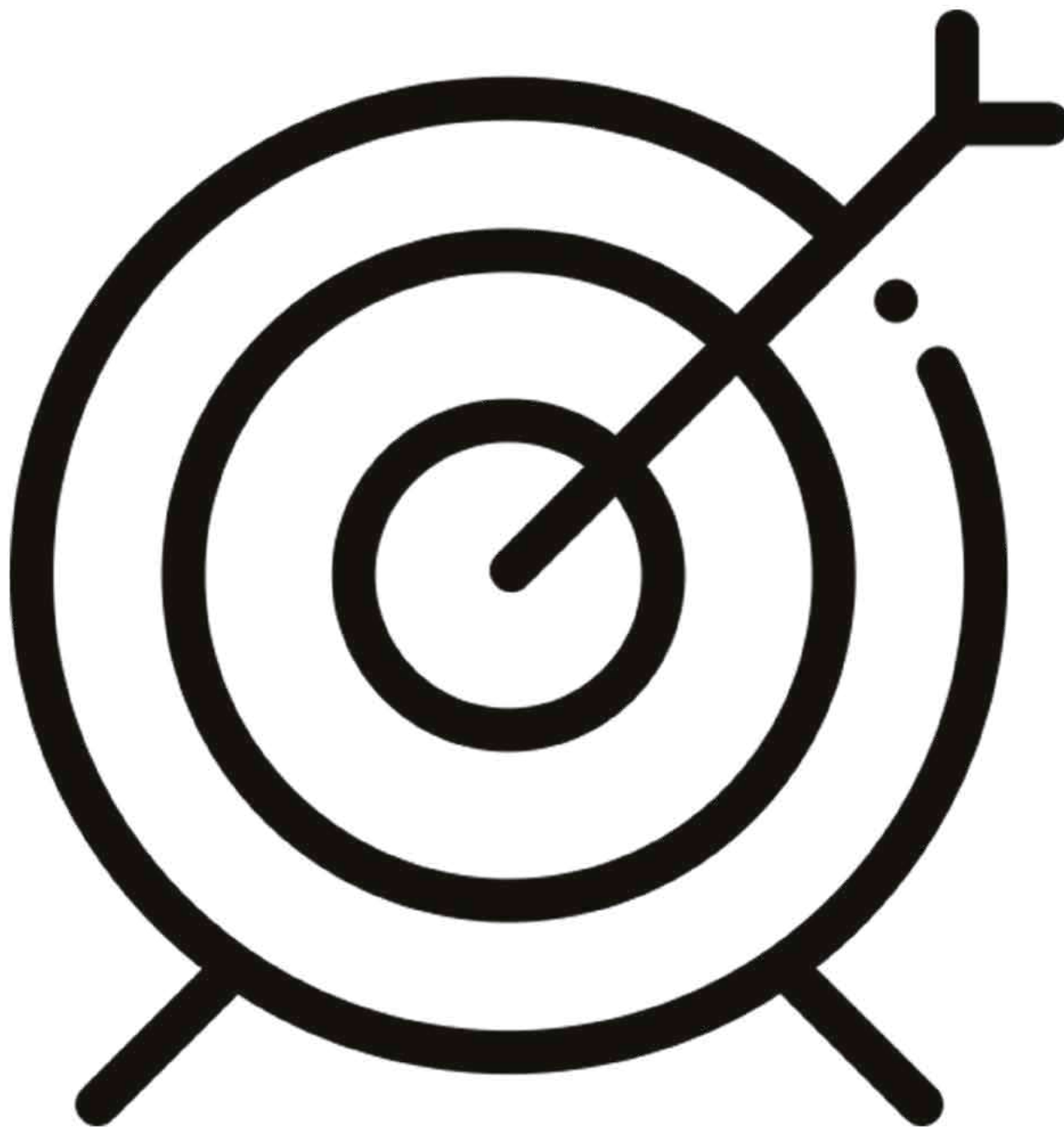
In Sardegna l'attestato scade ogni 2 anni e la formazione dura 6 ore.

Nella Provincia di Trento, in virtù della Deliberazione della Giunta Provinciale 1 febbraio 2008 n.158,

in materia di formazione del personale addetto alla manipolazione degli alimenti. La norma, all'articolo 5, affida direttamente al datore di lavoro, la responsabilità di impartire la formazione, che resta comunque obbligatoria, anche avvalendosi di altre soluzioni individuate nell'ambito della vigente normativa. In seguito, la direzione della Formazione della Regione Veneto, ha emanato una circolare esplicativa in data 15 aprile 2013 che afferma che "La conseguenza diretta dell'entrata in vigore della legge 2/2013 è rappresentata dal fatto che il datore di lavoro decide autonomamente, ele-



**Informazione e networking:
la nostra forza è il target mirato**



Ristorando **retail** TRAVEL RETAIL
SHOPPING CENTER **& food**

BARtù
Bar | Alberghi | Ristoranti

italiano
l'Orafo
Since 1946

**L'INDUSTRIA
DELLA GOMMA**



EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - www.edifis.it - info@edifis.it

l'individuazione dei fabbisogni formativi per gli addetti al settore delle imprese alimentari spetta al responsabile di ogni singola impresa, il quale prevede nel proprio piano di autocontrollo i criteri e le modalità per la programmazione della formazione in base ai rischi ed alla complessità dei processi produttivi e di lavorazione/preparazione/vendita/somministrazione degli alimenti. Inoltre con la delibera n. 159/2008 viene stabilita l'abrogazione della delibera n. 384/2003 con la quale erano state definite le linee di indirizzo ed i criteri per i programmi di formazione di base nonché la successiva frequenza a corsi di aggiornamento. A seguito della cessazione di efficacia della delibera 384, pertanto, non sono più codificati i criteri per la formazione ed è, quindi, compito degli operatori del settore alimentare garantire questo requisito individuando, in base al tipo di attività svolta, un coerente programma di formazione facente parte del piano di autocontrollo HACCP. Nella Provincia di Bolzano, per il personale che non rientra nelle categorie indicate dalla normativa e per gli addetti alla produzione primaria non sono previsti obblighi di formazione, fermo restando quelli di istruzione appropriata (senza necessità di tenuta documentale). Non vengono fornite indicazioni sulla durata della formazione. La formazione deve essere svolta per la prima volta al momento dell'assunzione, anche in caso di personale stagionale e aiutante, prevedendo per gli addetti e le addette alla manipolazione degli alimenti un'informazione mirata sugli aspetti igienici specifici del relativo posto di lavoro, con particolare riferimento ai provvedimenti e controlli interni all'azienda, e sulle possibili conseguenze derivanti dal proprio comportamento sul prodotto. In caso di modifica degli specifici rischi aziendali in materia d'igiene,

di entrata in vigore di nuove disposizioni e di manchevolezze andrebbero svolti opportuni aggiornamenti formativi. Il personale in possesso di adeguata formazione professionale è esonerato dalla formazione iniziale, mentre è suggerito l'aggiornamento professionale continuo.

Nella regione Calabria la durata dell'attestato è di 3 anni ed è previsto un corso di approfondimento di otto ore destinato a tutti gli operatori che espleta-



no attività di cui alla categoria A (rischio alto) e che richiedono per la prima volta l'attestato di formazione.

La formazione non è uguale per tutti

In Puglia il corso di formazione ha una durata complessiva di 4 ore con periodicità quadriennale ai fini dell'aggiornamento. In Liguria il personale che non ha mai frequentato corsi di formazione deve effettuare 8 ore di formazione di base, e se esso effettua attività di produzione e preparazione alimentare, è titolare di un'impresa alimentare o responsabile dei piani di autocontrollo dovrà effettuare ulteriori 8 ore di formazione "specificata". L'attestato vale 4 anni.

La Sicilia prevede un corso di approfondimento di dodici ore destinato a tutti gli operatori che espletano attività di cui alla categoria A (rischio alto) e che richiedono per la prima volta l'attestato di formazione. Analogamente la Regione prevede un corso di base di otto ore destinato a tutti gli operatori che espletano attività di cui alla categoria B (rischio medio) e che richiedono per la prima volta l'attestato di formazione. In questo caso la validità tem-

perazione che descriva la data di realizzazione dell'iniziativa, l'elenco dei partecipanti (con firma comprovante la presenza), gli argomenti trattati e gli esiti delle valutazioni del livello di formazione conseguito (es. attraverso questionari di verifica o prove pratiche) attraverso corsi di formazione realizzati da aziende esterne, la cui frequenza viene certificata con il rilascio di un attestato di partecipazione (ed eventuale altra documentazione rilasciata dall'ente).

La regione Marche prevede un corso base di durata minima di 10 ore suddivise in tranches non superiori a 4 ore. L'aggiornamento alla formazione ottenuta sarà a cadenza almeno triennale e comunque ogniqualvolta lo richiedano innovazioni produttive o tecnologiche introdotte.

L'Umbria prevede una formazione di base della durata minima di 12 ore. La durata della formazione di base è ridotta a 4 ore esclusivamente per gli addetti che godono di semplificazione. La periodicità dell'aggiornamento è fissata in 3 anni eccetto per gli addetti che godono di semplificazione per i quali può svolgersi in 5 anni.

In Valle d'Aosta, la validità dell'attestato di formazione è di tre anni. La formazione permanente è comunque obbligatoria ogni qualvolta lo richiedano significative innovazioni produttive o tecnologiche.

Come avete potuto constatare, sono molte le differenze in tema di formazione da Regione a Regione. Questa disparità non riguarda solo la durata dei corsi ma anche i contenuti, e obbliga le aziende che operano a livello nazionale a predisporre pacchetti formativi personalizzati in base al territorio. Ma, cosa ancora più incomprensibile, le disparità che abbiamo descritto finiscono per rendere disomogeneo il livello di preparazione di operatori che svolgono la medesima attività, nello stesso settore.



Una soluzione **al passo coi tempi**

Meno spazio per stoccaggio, preparazione e cottura e più superficie per il consumo. Questo il leitmotiv della nuova mensa dell'Università Statale di Brescia gestita dalla Pellegrini

Da una manciata di settimane, studenti e dipendenti dell'UniBs Mamei hanno a disposizione i 300 posti a sedere che animano la nuova mensa. L'edificio, di proprietà della società comunale *Brescia Infrastrutture*, è in affitto trentennale all'Università degli Studi di Brescia a seguito di un contratto stipulato nel febbraio 2020. Brescia Infrastrutture ha proceduto alla progettazione e realizzazione dei lavori propedeutici all'allestimento della nuova

mensa, mentre l'ideazione del modello di servizio, il piano alimentare, la progettazione esecutiva e la direzione lavori è stata eseguita da PROGETTA SC. L'investimento complessivo è stato di 1,1 milioni di euro. La superficie complessiva della struttura nata da poco (948 metri quadrati) si sviluppa tra piano terra, ammezzato e interrato. Quest'ultimo è il cuore del ristorante universitario e ospita la linea di distribuzione e la sala di consumazione dei



pasti oltre all'area preposta alla cottura delle pizze e quella in cui avviene la riattivazione delle preparazioni gastronomiche. L'offerta è ampia e articolata così come l'utenza. Si va da pizze e focacce, prodotti alla piastra, primi e secondi caldi, carni, formaggi, verdure cotte e crude, insalatone (anche poke) salumi, e frutta. E il locale, sito in Corso Mameli 23, è da considerare il terminale attrezzato di un processo produttivo che fa ampio uso di prodotti alimentari cotti (che verranno attivati in loco) e crudi già pronti per essere cotti o assemblati.

All'area produttiva nel seminterrato dell'ateneo spetta il compito di preparare pizze, prodotti alla piastra e primi



delle derrate, conservazione, riattivazione, cottura espressa, somministrazione, recupero carrelli con vassoi sporchi, lavaggio.

Le aree di produzione sono state dimensionate in relazione a: numero presunto di pasti da somministrare indicate dall'amministrazione; piano degli acquisti e al processo produttivo da realizzare.

A pochi giorni dall'inaugurazione i primi giudizi sono positivi. Sia il tipo di offerta sia la qualità dei prodotti rispondono alle aspettative. Come detto in precedenza i posti a sedere sono 300 e sono collocati al piano seminterrato. Ma se l'affluenza dovesse eccedere questi numeri al piano terra si



piatti conditi con le salse che arrivano dalla cucina esterna della Pellegrini.

Preparazione e somministrazione avvengono utilizzando dei corner dedicati muovendosi fra i quali

gli utenti possono comporre il proprio vassoio in base ai gusti e all'appetito.

Perché è interessante

Con i suoi 500 pasti al gior-

no la mensa dell'Università di Brescia non si distingue certo per capacità produttiva. Ma il suo fiore all'occhiello è un layout che nasce da uno specifico progetto alimentare che a parità di superficie consente di dedicare più spazio all'area di consumo rispetto a soluzioni che prevedono la cucina in loco. Il piano alimentare incide poi sul contenimento del numero di operatori necessari per garantire il servizio e sulla

riduzione dei rifiuti prodotti, elemento quest'ultimo non marginale dal momento che il ristorante universitario si trova in pieno centro città.

Ovviamente il progetto esecutivo tiene conto delle norme igienico sanitarie cogenti (regolamento d'igiene tipo del comune di Brescia, allegato III regolamento CE n852 D.P.R. 327/80) ed è stato sviluppato secondo una sequenza logica del ciclo produttivo: arrivo

può godere di una sala lettura adibita anche al consumo di pasti veloci in monoporzione contenuti in vetrine refrigerate e accompagnati da snack e bevande proposti attraverso una serie di vending machine. Il servizio di ristorazione, al piano seminterrato, è attivo dal lunedì al venerdì, esclusi i giorni festivi infrasettimanali. L'orario di apertura a pranzo è dalle 12.00 alle 14.30 e a cena dalle 18.00 alle 21.00.



Al cuore **dell'offerta**

È nella Factory Food Designers nell'headquarter alle porte di Milano che Autogrill pensa e realizza le proposte e i formati f&b che milioni di consumatori in tutto il mondo frequentano ogni giorno

di M.L. Andreis

Un hub dell'innovazione e della sperimentazione dove la ricerca e lo sviluppo continui sono finalizzati a interpretare e reinventare la ristorazione per chi viaggia in maniera olistica. È questo, in estrema sintesi, la Factory Food Designers di **Autogrill**. Collocata nell'headquarter del colosso del people on the move alle porte di Milano, è luogo in cui persone di diverse professionalità - chef, pasticciieri, medici nutrizionisti, artigiani, produttori locali, food blogger e designer - fanno squadra, condividendo idee e saperi in un'ottica di confronto

al servizio dell'innovazione gastronomica.

L'integrazione di tutte queste diverse competenze e visioni si traduce nella ricerca di materie prime rispettose degli aspetti nutrizionali, in soluzioni tecnologiche all'avanguardia attente ai temi della sostenibilità e della sicurezza alimentare, in concept esportabili in tutte le realtà del Gruppo. La Factory Food Designers rappresenta il cuore delle creazioni Autogrill: è qui che prendono vita grazie a un sinergico lavoro di team e all'esperienza dei professionisti, per poi essere commer-



cializzate in tutti gli store del mondo. Ogni prodotto della Factory è studiato e pensato sulla base di una cultura dell'alimentazione in linea con i nuovi stili di viaggio e le esigenze dei consumatori moderni, informati e attenti alle proprie scelte alimentari. La Factory rappresenta un vero e proprio mondo creativo e di creazione, l'hub dell'innovazione dell'azienda che di recente ha annunciato la fusione con la svizzera **Dufry**, che porterà alla nascita di un colosso del travel retail da 12 miliardi di euro.

Le aree

Per incoraggiare lo sviluppo della creatività in tutte le sue forme, la Factory è stata pro-



ANDREA RIBALDONE,
Chef

tà alla griglia, primi piatti spiedati al momento, ma anche pizze e dessert preparati direttamente davanti al cliente con un servizio rapido e di qualità. Sulla stessa linea anche *Pastaria*, che nasce dal concetto di "pronto all'occorrenza": un corner concept compatto e di dimensioni contenute, così da essere facilmente adattabile a tutti gli spazi, dedicato alla pasta express e sviluppato dallo chef stellato **Andrea Ribaldone**.

Un formato che si ispira alla più antica tradizione dei vecchi pastifici italiani, ma che fa della velocità il suo punto di forza, servendo i piatti in 1 minuto e in packaging totalmente sostenibili.



gettata e suddivisa in diverse aree, ognuna delle quali ha una sua specifica funzione. In primis la *Food Hall* per riunioni e incontri, adatta anche a sessioni di coworking. Da qui si passa a un'altra area, la *Food Academy*, dedicata alla formazione del personale dei ristoranti Autogrill, dove è possibile anche apprendere le tecniche dei grandi chef attraverso dimostrazioni pratiche e show cooking. Si prosegue poi

verso l'Area 51, dove prendono vita idee, sperimentazioni e soluzioni originali ed è collocato anche il più piccolo *Ristorante High Tech*, dotato di servizio al tavolo e chef experience table. Si arriva infine al *Concept e Food Tech Lab*, elemento chiave della Factory: è qui che i principali format di Autogrill nascono davvero, pensati studiati realizzati nelle loro versioni prototipo per poi essere sperimentati sul campo.

Questo luogo è fondamentale perché tocca tutti gli ambiti del processo dei nuovi progetti: offerta food, tecnologie necessarie per realizzare i prodotti e anche il design degli ambienti. Ecco allora *La Fucina – Ristorante*, un self-service pensato per raccogliere l'eredità della scuola Autogrill in chiave moderna, interpretando nel migliore dei modi il fast casual dining: ricette tipiche della gastronomia italiana, speciali-

Il racconto

Tutto questo e altro ancora è stato raccontato e mostrato a un gruppo nutrito di giornalisti influencer e food blogger nel corso di un evento battezzato "Ricerca della golosità tra gusto e benessere", organizzato da Autogrill in collaborazione con **Identità Golose** e **Magentabureau**, che ha rappresentato un'occasione di incontro e scambio di know-how sui processi di innovazione

Ristorando

La rivista leader della ristorazione moderna propone un'importante vetrina commerciale rivolta a tutte le aziende espositrici al prossimo Host di Milano



L'INIZIATIVA COMPRENDE



La presenza di contenuti promozionali nello Speciale Host 2023 distribuito in Fiera con la rivista **Ristorando**



La presenza di un **banner (con link al sito aziendale)** in una newsletter promozionale inviata ad oltre 15.000 contatti mirati 15 giorni prima della fiera

I clienti potranno consegnare un breve filmato che sarà diffuso dal canale **Youtube di Ristorando**



Report fotografico del Vostro stand sul numero di **Novembre**



EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna 71 - 20144 Milano - www.edifis.it - pubblicita@edifis.it



LUCA D'ALBA,
General Manager Italy Autogrill



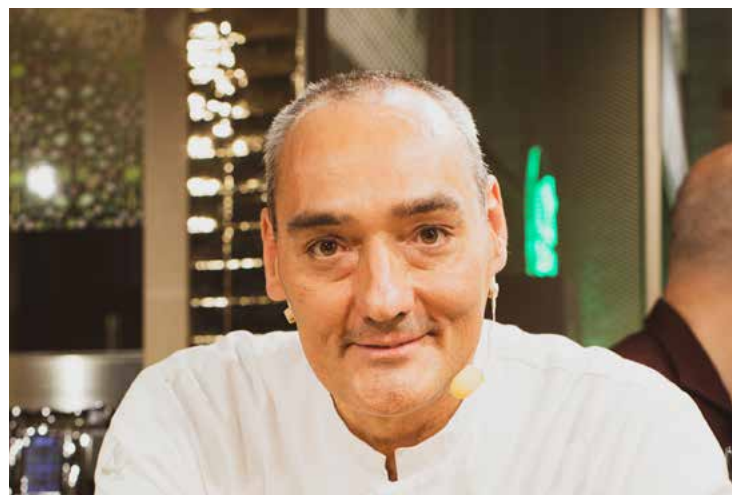
RENATO BOSCO,
Chef

gastronomica, dove il sapere è applicato all'esperienza del gusto, in tutte le sue sfaccettature: ingredienti, nutrizione, sicurezza alimentare e operativa, sostenibilità e tecnologia. In quest'ottica la collaborazione con **Mauro Mario Mariani**, medico chirurgo e nutrizionista, focalizzata sul corretto bilanciamento delle componenti nutrizionali delle ricette, e sulla realizzazione del Piatto Unico Bilanciato che garantisce la corretta associazione tra diversi nutrienti. Le ricette e gli ingredienti premium Autogrill sono stati i protagonisti dello showcooking a cura dei Factory Food Designers, che hanno raccontato le loro creazioni, presenza fissa nei menu Autogrill: **Renato Bosco**, chef pizzaricercatore, con la sua Mozzarella di pane e il Doppiocrunch; **Andrea Ribaldone**, chef stellato, con la Pasta Milano con crema di risotto allo zafferano e il risotto allo zafferano con ragù di ossobuco in gremolada; **Simone Salvini**, chef di cucina 100% vegetale, con la degustazione di diversi hummus in coppetta e del suo WOW Burger vegetale; infine, spazio al dessert con **Luca Montersino**, contemporary pastry chef, autore del suo celebre Tiramisù. L'evento si è concluso con la degustazione di caffè guidata da **Gian Paolo Bra-**

Francesco Sanapo, specialista del caffè.

La collaborazione di Autogrill e Identità Golose risale al dicembre 2012, con l'ideazione e lo sviluppo del Culinary Council, programma internazionale continuativo di innovazione gastronomica con il quale il Gruppo riunisce diverse volte all'anno anno chef, esperti del settore e opinion leader dell'industria.

"La Factory Food Designers rappresenta l'essenza dell'innovazione gastronomica, l'incubatore di idee in Autogrill", ha spiegato nel corso dell'incontro **Luca D'Alba**, General Manager Italy Autogrill. *"Qui, ogni giorno, i nostri esperti si incontrano con personalità di spicco nel mondo della ristorazione per condividere conoscenze ed esperienze, anticipare i trend e sperimentare con grande passione ed entusiasmo"*. *"È grazie a questo continuo scambio di sapere che nella Factory Food Designers nascono le idee e prendono vita nuove proposte gastronomiche, che si traducono nell'esperienza di milioni di viaggiatori nei nostri punti di vendita"*, ha aggiunto **Alessandro Giudici**, Head of Product Innovation and Concept Development Europe & Italy Autogrill. *"Qui diamo vita a sapori, prodotti e concetti creativi, contemporanei e replicabili, per arricchire continuamente le nostre realtà"*.



SIMONE SALVINI,
Chef



LUCA MONTERSINO,
Chef



Catene a **tutta birra**

Cresce il consumo e il richiamo della birra, sul cui slancio si fonda il successo dei format che mettono la bevanda ricavata dal malto al centro della loro offerta f&b

di Massimo Andreis, Paola Oriunno e Adriano Lovera

Ben 257.045 litri di birra acquistati in Italia nel 2021, Lager e Pilsner (57%) le tipologie preferite: da Nord a Sud dello Stivale, la birra mette d'accordo tutti: è al 1° posto per percentuale d'acquisto (41%) tra gli alcolici, superando vino e superalcolici. In Emilia-Romagna (Rimini, Bologna e Forlì-Cesena) e in Lombardia (Milano e Varese) si spende di più per l'acquisto di birra, ma la città più birra lover d'Italia è Torino. Gli italiani preferiscono le "bionde", dal gusto leggero e piuttosto beverine: più di 1 birra su 2 è una Lager o Pils (57%). Questo in estrema sintesi il qua-

dro che emerge da una recente ricerca condotta da Everli – il marketplace della spesa online – che ha analizzato i propri dati interni per indagare il consumo di questa bevanda luppolina. Un quadro da cui si rileva anche come siano cambiate le abitudini di consumo degli italiani: alla classica "birretta estiva" ideale per affrontare la calura si aggiunge quella gustata tra le mura domestiche nelle gelide giornate invernali: nel 2021, gli acquisti di birra sono incrementati sia nei più caldi mesi di aprile, maggio e settembre, sia nei più rigidi novembre e dicembre.



Che la si sorseggi sotto il sole primaverile o nelle uggiose domeniche di fine anno, da Nord a Sud, gli italiani sono concordi: preferiscono le "bionde". Dopo Lager e Pils arrivano le più corpose doppio malto, dalle Weiss ad alta fermentazione e da quelle arricchite con cristalli di sale o tequila (nel complesso, la loro incidenza sulla spesa è pari al 36%). Meno apprezzate le versioni light o analcoliche (6%) e ancora più circoscritto è l'acquisto delle birre artigianali e quelle biologiche, in entrambi i casi si tocca a fatica l'1% di spesa.

Un boccale di salute

Il 2021 è stato un anno positivo per il comparto birra italiano. Se-



dimenticare, però, che si tratta di un alcolico, per cui sarebbe bene non superare i 100 ml giornalieri.

Moderazione e bassa gradazione alcolica sono gli aspetti da considerare anche per chi segue una dieta dimagrante, il giusto compromesso per poter gustare il caratteristico sapore, ma senza eccedere con l'introito calorico, riducendo contestualmente le kilocalorie derivanti. Al contrario, meglio evitare le birre con il 6-9% di gradazione alcolica, per le quali l'alto contenuto di etanolo, incrementa in maniera significativa le kilocalorie apportate. Pertanto, una delle tipologie di birra migliori dal punto di vista nutrizionale potrebbe essere quella Lager.



condo i dati di **Assobirra**, i consumi della bevanda hanno toccato i 20,8 milioni di ettolitri, non ancora a livelli 2019 ma superiori alle cifre del 2020 (18,9 milioni di ettolitri). Anche l'export ha ripreso quota, con volumi pari a 3,8 milioni di ettolitri, superiori a quelli del 2019 (3,5 milioni) e del 2020 (3,3 milioni) con la conferma del gradimento della birra Made in Italy in Paesi a forte tradizione birraria, come il Regno Unito che accoglie il 46,9%

delle birre esportate, gli Stati Uniti (8,6%) e l'Australia (6,4%), un attestato al merito per i livelli di eccellenza raggiunti dalla produzione nostrana. E anche per il 2022 la birra nostrana mette a segno risultati positivi, soprattutto in termini di volumi. Ma il settore è messo a dura prova dagli ingenti rincari di materie prime ed energia che potrebbero compromettere la ripresa. La birra contiene diversi minerali, come il fosforo, utile per

le ossa e i denti, ma anche per la funzionalità renale e per il sistema nervoso, e il silicio che può aiutare nella prevenzione dell'osteoporosi. Inoltre, alcuni studi mostrano un possibile effetto protettivo derivante dal consumo di questa bevanda sul sistema cardiovascolare per via del suo contenuto di vitamine B, mentre altre ricerche mettono in correlazione l'assunzione di luppolo con il miglioramento dell'insonnia. Non bisogna

La stasi dell'artigianale

Risulta invece stagnante il mercato della birra artigianale italiana, bloccata al 3% del totale. Lo rileva un report del Consorzio Birra Italiana, che riporta numeri e dati sul settore evidenziando come la craft beer del nostro Paese ferma da molti anni. Oggi in Italia sono attive 1.085 unità produttive artigianali, cioè birrifici e brewpub (escluse le beer firm), con almeno un pro-

L'Italia *della* Ristorazione

**Annuario
2023**

I nomi di tutti i dirigenti e i dati di fatturato degli ultimi anni delle aziende
che operano nel nostro mercato, suddivise per categorie:

- Ristorazione collettiva
- Ristorazione commerciale e in concessione
 - Ristorazione on board
 - Buoni pasto
- Associazioni di categoria
- Società di consulenza e progettazione
 - Foodservice equipment
 - Appuntamenti fieristici

*prenota
la tua copia!*

per info:
Edifis Srl - Tel. 02 3451230
pubblicita@edifis.it



duzione presente in ogni provincia italiana. In 28 anni hanno cessato l'attività 251 unità produttive, per un tasso di mortalità d'impresa vicino al 19% e comunque leggermente sotto a quello di altri settori produttivi. Analizzando la curva dell'innovazione delle aziende produttrici, il 2008 è l'anno di svolta: è allora che la curva dei birrifici attivi si innalza sensibilmente, per rallentare leggermente (ma rimanendo decisamente in attivo) un decennio dopo. Da quel momento non solo il numero di birrifici è cresciuto considere-

volmente, ma è successo anche qualcosa nel mercato generale della birra. Nel 2009 infatti il settore è colpito dalla crisi Lehman Brothers cominciata l'anno precedente, per poi riprendersi lentamente fino a segnare nuovi record storici a partire dal 2015. Nello stesso periodo comincia in Italia anche la crescita inarrestabile dei consumi pro capite, che in soli sette anni sono aumentati di oltre il 15% nonostante la pandemia, fino al recente primato del 2021 (35,2 litri a persona). Inutile poi citare il cambiamento delle abitudini di acquisto, che



negli ultimi anni si sono decisamente spostate sui prodotti premium e super premium. Il boom della birra artigianale sembra dunque aver avuto un impatto importante sul mercato generale della birra, spingendolo verso numeri mai sperimentati in precedenza. E tuttavia, la quota mercato della birra artigianale dal 2015 a oscilla in uno stretto range tra il 3 e il 3,5%, sostanzialmente statico. L'apprezzamento della birra da parte dei consumatori si manifesta anche nella crescita delle

catene che hanno nella bevanda il loro prodotto di punta. Vediamone alcune.

Da Löwengrube è sempre Oktoberfest

Varcare la soglia di un locale **Löwengrube** ha le caratteristiche di un teletrasporto: in un attimo ci si ritrova in un'atmosfera tipicamente bavarese con arredi in legno, personale in costumi tipici ("lederhosen" per gli uomini e "dirndl" per le donne), musiche e profumi tipici

di un'autentica bierstube di Monaco. Un'idea che piace ai consumatori e che è stata apprezzata anche da Federfranchising Confesercenti che ha premiato l'insegna con il Franchising Key Award 2022 per la categoria miglior **Concept Store**, un premio alla migliore interazione tra prodotto e valore del brand nell'ottica della customer experience. Creata nel 2005 a Limite sull'Arno da **Pietro Nicastro** e **Monica Fantoni**, oggi Löwengrube, conta circa 30 locali in Italia (5 sono a gestione diretta) e uno

La catena si è distinta anche per un progetto innovativo di formazione del personale della rete. È la Academy di Lowengrube, una piattaforma di e-learning, con un sito di proprietà dedicato, che propone ai dipendenti e agli affiliati corsi diversi agli aff seconda dei vari livelli e delle attività da svolgere.

Nuovo look per Wiener Haus

Ha aperto a Tavagnacco (Udine) l'ultimo anello della catena **Wie-**

tata dal birrificio al ristorante. Qui la birra viene inserita direttamente al Tank. Si tratta quindi di un prodotto freschissimo che deve essere consumato entro 3 settimane. Nel nuovo format, infine, verranno inseriti 2 tavoli dell'amicizia, che permettono di inserire la spina direttamente al centro del tavolo, ideali per le serate in gruppo. Il brand si presta molto bene a inserirsi nei centri commerciali ed è già presenti in alcuni tra i principali centri di capoluoghi come Milano (*Bicocca Village, Milanofiori, Il*

ra venduta da Doppio Malto è di produzione propria. Fusti e bottiglie, sia per i locali sia per la vendita on line, arrivano dallo stabilimento di Iglesias, in Sardegna, terra in cui è nato il fondatore e dove ha voluto mantenere una forte presenza. Un impianto in cui si coltivano vari tipi di lieviti e si realizzano una quindicina di varietà diverse, per gradazione, tipologia, aroma (da provare quella allo zenzero). Dal punto di vista dei locali, Doppio Malto si caratterizza quasi sempre per grandi metrature e per la



in Albania e ha in programma un ambizioso piano di crescita grazie a un accordo firmato a marzo con *BNP Paribas Leasing Solutions*, tra le maggiori società di leasing in Italia. L'accordo renderà più vantaggiosa l'adesione di nuovi imprenditori alla rete di franchising, garantendo loro finanziamenti per aprire da zero nuovi locali dopo l'affiliazione al brand. Tre i formati disponibili per l'affiliazione: *Stube*, *Klein e Wagen* (una carrozza tipica che propone street food). Nel corso del 2022 l'insegna ha previsto 10 nuove aperture. Le prossime sono previste a **Montesilvano** (la prima in Abruzzo) e a **Reggio Emilia** (la quarta nella regione).

ner Haus. L'insegna, lanciata nel 2007, fa parte del **Gruppo Cigierre**, proprietaria anche dei marchi **Old Wild West**, **Pizzikotto**, **Shi's**, **Temakinho** e **America Graffiti**. Il nuovo ristorante, che sarà il numero 27 per il marchio, ha un layout totalmente ripensato che punta sulla convivialità e su un'ambientazione moderna: ferro battuto, legno e paglia di Vienna rinnovano l'immagine del format. Nel locale campeggiano anche anche 8 "Tank", cisterne per conservare la birra che, oltre a migliorare la qualità del prodotto, arredano e offrono un forte impatto visivo. Le cisterne contengono birra non pastorizzata che viene traspor-

Centro), Roma (*Roma Est, Porta di Roma*) o Torino (*8 Gallery*).

Lo sviluppo di Doppio Malto

Doppio Malto, la creatura di **Giovanni Porcu**, nota per essere andato in Gran Bretagna a "vendere la birra agli inglesi", ha all'attivo 31 locali (35 con quelli all'estero), l'ultimo dei quali appena aperto a Parma. L'opening arriva dopo il taglio nastro al terzo "posto felice a due passi dal Duomo. Quali sono gli ingredienti su cui punta la catena? Naturalmente, il primo è la bevanda. Doppio Malto nasce come produttore e tutta la bir-

commistione tra birra, cucina e aspetto ludico. Anche in questa ultima apertura milanese, si tratta di due piani (500 metri quadrati per 180 coperti), entrambi con un bancone per la birra dedicato, con biliardo, calcio balilla, e tanti spazi, piccoli e grandi, che possono accontentare i vari target di clientela: lavoratori in pausa pranzo, famiglie, ragazzi. Una delle regole del brand, infatti, è di aprirsi a tutti, cercando di "smistare" i clienti in zone del locale, in cui coppie con bambini o giovanissimi non si pestino i piedi. Il menù, proprio per accontentare tutti, privilegia la carne alla brace (dal galletto agli hamburger), ma poi spazia tra

fritti di antipasto, pizza, insalate, dolci. Per quanto riguarda lo sviluppo della rete retail, è proseguito in pandemia e anche adesso va avanti a ritmo sostenuto. Fronte sviluppo, sarà presto la volta di Modena e Bologna, mentre a Milano un nuovo tassello dovrebbe essere posto sempre in pieno centro, in zona piazza San Babila. La presenza all'estero, al momento, è a Glasgow, Newcastle, St. Etienne e Parigi, nel prestigioso centro commerciale *Westfield Les 4 Temps*. Con quali obiettivi sul lungo periodo? Il ceo **Giovanni Porcu** ha parlato di circa 10-15 aperture l'anno, per arrivare almeno a un centinaio di locali nel giro di 5 anni. Uno sviluppo che avviene secondo un mix di gestione diretta, franchising e gestione tramite joint venture con un partner. Del resto, lo stesso Porcu conosce bene l'affiliazione, dal momento che la sua società (**Foodbrand**) gestisce diversi locali a marchio **Old Wild West**, per lo più in Sardegna. I locali vengono aperti per lo più su strada. Il centro commerciale non viene escluso, ma dipende sempre dalla metratura disponibile e vengono privilegiati solo immobili in tripla A.

Befed tra crescita e acquisizioni

Befed, la catena famosa per il suo galletto alla brace, è un'iniziativa interamente italiana, nata nel 1996, che ha visto un forte sviluppo negli ultimi anni. Il nome derivava di fondatori (Bruno, Elio, Franco e Daniele). Oggi alla guida del brand, che ha raggiunto i 34 locali, di cui uno all'estero, c'è **Gianpietro D'Adda**, che nel 2014 aveva iniziato come semplice affiliato in franchising. *"E sono diventato da subito il fan numero uno del marchio"* racconta. La birra BEFED è prodotta con metodo artigianale, in versione bionda o rossa, alla spina o in bottiglia da 0,75 L, anche da asporto. Vengono realizzate anche le "stagionali", come la *Blanche*, la *Strong*, la *Biscuit* e due

speciali aromatizzate, all'arancia e al miele.

Accanto alla bevanda, il principale punto di forza del marchio è il galletto alla brace, a marchio *Vallespluga*, che realizza per il brand un prodotto esclusivo.

A partire dall'estate 2021, la proprietà ha cercato di imprimere un'accelerazione all'allargamento della rete. Erano arrivate le aperture a Chiari (Bs), poi Nichelino (Torino, presso i Viali Shopping Park), Lumezzane (Bs), Castelletto Sopra Ticino e Verbania (in provincia di Novara). A maggio di quest'anno, invece, è partito il processo di transizione che porterà entro l'autunno i quattro locali di Verona a marchio **Gallo's** a entrare a far parte del gruppo **Befed Franchising**. Lo sviluppo avviene infatti tramite affiliazione e vengono proposte ai potenziali nuovi imprenditori due formule. La prima è quella originale, con cui Befed aveva iniziato a farsi conoscere.

Si tratta di locali medio grandi, da circa 500-700 metri quadrati, aperti in prevalenza come locali serali e caratterizzato da una grande clima di festa. Prima del Covid, erano posti in cui ballare sui tavoli e dove si potevano lanciare per terra le bucce delle arachidi. Poi è stata pensata una formula ridotta (*EasyPub*), utile per catturare segmenti diversi. In primo luogo, poter entrare nei centri commerciali, anche con dimensioni del punto vendita da 100-120 metri quadrati. E su questo, il marchio è presente in location importanti, da *Il Centro* di Arese al *Maximo Shopping* di Roma. Oppure, c'è la versione small per posizionarsi in città o su strade di grande passaggio, con locali da 200-250 metri quadrati, aperti anche a pranzo, utili per allargare la platea a famiglie o lavoratori della pausa pranzo. Negli ultimi mesi del 2022, Befed ha in programma nuove aperture, che però ancora la società non ha svelato. Il brand, forte al Nord, finora arriva fino a Roma come presenza territoriale, ma non ha ancora esplorato il Sud.

Avanzano i format Gestbirr

Nel panorama del food retail si ritaglia sempre più spazio **Gestbirr**, holding che ha sede a Padova, cui amministratore delegato è il bergamasco **Giacomo Morelli**. Gruppo che da poco si è lanciato anche nell'avventura del pokè, tramite il brand **Honu**.

Gestbirr controlla due format di birreria. Il primo è **La Birreria italiana**, con otto punti vendita in Lombardia e uno in Liguria. Un marchio entrato nell'orbita del gruppo tramite acquisizione, quando nel novembre 2020 Gestbirr ha acquisito il capitale delle sei società riconducibili al brand. Il secondo format è quello delle birrerie **Spiller - birreria con cucina**, una catena di 10 locali a gestione diretta, nata da una partnership fra Gestbirr e **Forst**, noto produttore di birra altoatesina. Un marchio diffuso per ora in tre quartieri strategici di Milano (Duomo, Sempione, Isola), più altri punti vendita nel Nord Est e uno a Riccione. Proprio nel Nord Est alcuni locali sono storici, come quello nella ex fornace Morandi di Padova. Nei primi locali, è più accentuata la riproduzione di un ambiente stile baita, con tanto di camerieri vestiti a tema altoatesino, mentre in quelli più recenti, tra cui quelli di Milano, resta la stessa atmosfera ma rivisitata con un design più moderno. La birra servita è in prevalenza Forst, ma con qualche concessione ad altre marche. Il menù spazia molto e comprende classici tirolesi come spatzle e wurstel con bretzel, ma poi arriva a pizza, insalate, hamburger, persino poke e cocktail. Anche in questo caso, il tentativo è di abbracciare un target di clientela il più ampio possibile. E lo sviluppo? Per ora il management rimane abbottonato. Per il 2023 è previsto un piano di nuove aperture, concentrate per lo più nelle città del Centro Nord. Il brand, che ricerca di solito dimensioni medio grandi, non è alla ricerca di location nei centri commerciali.

Fabbrica in Pedavena sale a quota 20 pdv

L'ultima apertura è a Brescia, ma la catena di **birrerie Fabbrica in Pedavena** non intende fermarsi qui. Con 20 locali tra Veneto, Trentino, Lombardia e Toscana, il marchio bellunese con una storia lunga 120 anni è tra le insegne di birra più antiche d'Italia. Lo storico stabilimento veneto Fabbrica in Pedavena, fondato dalla



famiglia Luciani alla fine del '900, passato alla **Heineken** e ritornato in mani italiane nel 2006 grazie al gruppo **Birra Castello s.p.a.**, oggi produce birre per i suoi ristoranti con l'insegna Fabbrica in Pedavena e Dolomiti, per due Beer Shop e per la GDO in Italia e all'estero.

Birra Castello è il primo produttore di birra a capitale italiano con più di 1,2 milioni di ettolitri venduti ed un fatturato di circa 100 milioni di euro.

Solo per i lettori più esigenti...



...Ristorando va sempre al cuore delle cose



10 numeri per 1000 pagine all'anno di news e indagini di settore in Italia, Europa e nel mondo, ampi dossier sui principali segmenti di mercato, interviste ai protagonisti della ristorazione, analisi del quadro normativo e fiscale di riferimento, monitoraggio completo degli appalti della ristorazione collettiva, attività delle associazioni di categoria, il listino prezzi aggiornato dei prodotti biologici, il calendario delle principali fiere del settore e molto altro ancora.



Per informazioni: Edifis Srl, Viale Coni Zugna, 71 – 20144 Milano –
Tel. 023451230 – fax 02 3451231 – e-mail: info@edifis.it - www.edifis.it

L'innovazione che **parte dalle persone**

In un periodo di grandi cambiamenti per il settore della ristorazione collettiva, Markas guarda al futuro mettendo al centro delle proprie strategie un'innovazione rivolta alle persone



Studiando i comportamenti dei consumatori nel periodo post-pandemico, emerge la consapevolezza delle persone sulla relazione tra benessere e nutrizione, oltre alla scelta di proposte salutari e sostenibili, senza dimenticare il fattore prezzo che risulta incisivo soprattutto a causa dei rincari. Ma come possono le aziende del settore evolversi e continuare a rispondere efficientemente alle esigenze di clienti e consumatori? Per Markas la risposta a questa domanda nasce dal concetto di "open innovation", per il quale l'azienda ha creato un team di lavoro trasversale che ha l'obiettivo di raccogliere gli spunti da partner, scuole, enti, aziende e università, collaborando con loro per immaginare la ristorazione del futuro e progettare soluzioni concrete.

Cosa significa open innovation

Per Markas open innovation è un approccio secondo il quale l'ecosistema esterno e la collaborazione sono strumenti chiave per dare alla luce soluzioni in grado di apportare un effettivo cambiamento e impatto all'azienda e alla società. "Innovazione aperta" in Markas significa non calare le decisioni dall'alto, ma rendere i propri collaboratori attivamente partecipi del cambiamento aziendale, oltre a dialogare costantemente con attori esterni come università, istituti di ricerca, consulenti e start-up per favorire la contaminazione di idee.

Come Markas fa open innovation

In ambito Food, Markas ha lanciato nel corso dell'anno diverse iniziative per raccogliere idee dai propri collaboratori e da stakeholder esterni.

Un esempio sono i *Markas Idea Days*: un format pensato per ricevere suggerimenti dai colleghi per l'innovazione di prodotti e servizi. I numeri della prima edizione sono stati eccellenti: i diversi partecipanti tra cuochi, dietisti, area manager e progettisti hanno dato vita a oltre 50 idee. Queste sono passate al vaglio della Direzione che ne ha selezionate 5, creando dei macro-progetti che saranno portati avanti nei prossimi anni.

Di recente Markas ha inoltre partecipato all'evento *Students&Company Sprint*, organizzato da *NOI Techpark* in collaborazione con la Libera Università di Bolzano, per confrontarsi direttamente con gli studenti su come vorrebbero la mensa universitaria e su quello che la loro generazione si aspetta da un'azienda di ristorazione.

Vision e mission

Consapevoli del grande valore sociale dei servizi offerti da Markas per le comunità, il team di lavoro si propone di elaborare iniziative per garantire a tutti e tutte un futuro sano, equo e sostenibile perseguendo una mission composta da due punti fermi. Da una parte la diffusione della cultura alimentare all'interno e all'esterno dei confini aziendali, dall'altra un continuo sviluppo della propria offerta per proporre un servizio sempre più buono, sano e sostenibile dal punto di vista economico e ambientale. Tra i progetti lanciati dal team rientrano lo sviluppo di prodotti innovativi cotti in modalità sottovuoto, l'analisi nutritiva di questi alimenti condotta con la collaborazione di enti di ricerca e infine il test di software e soluzioni di intelligenza artificiale. Tanti spunti diversi che fungono da benzina per le attività del team di lavoro, impegnato ogni giorno a costruire quel ponte per rendere Markas un'azienda pioniera della ristorazione del futuro.



MARKAS S.R.L.

Via Macello, 61 - 39100 Bolzano

Tel. +39 0471 307611 - Fax +39 0471 307699

it@markas.com - www.markas.com



Verso gli Stati Generali della Nutrizione

Entra nel vivo il percorso di confronto aperto a tutti i portatori di interessi collettivi per valutare le criticità nutrizionali a livello nazionale, che si concluderà a Roma a inizio 2023

di Emilia Guberti

Su iniziativa del Ministero della Salute e del Tavolo tecnico della Sicurezza Nutrizionale (TaSiN) il prossimo gennaio si terranno a Roma gli Stati generali della nutrizione preventiva e clinica. In preparazione dell'importante appuntamento sono stati previsti tre eventi satelliti nazionali. Il primo si è svolto il 21 ottobre scorso a Palermo su *Le reti di nutrizione clinica e preventiva*, seguito da quello del 16 novembre 2022 a Perugia su *La Nutrizione clinica per finire con quello del 15 dicembre a Genova dedicato a Comunicazione e marketing con la grande distribuzione organizzata*. Gli eventi satellite intendono

promuovere uno spazio di dialogo e confronto fra istituzioni nazionali e regionali (ministeri, assessorati, aziende sanitarie), enti pubblici di ricerca, società scientifiche, professionisti sanitari, associazioni di pazienti, associazioni di consumatori, attività produttive, GDO e mass-media, con la finalità di stilare una lista di priorità da proporre agli Stati Generali della nutrizione.

Il TaSiN e i TaRSIN

Il Tavolo Nazionale sulla Sicurezza Alimentare – TaSiN è stato istituito dalla Direzione Generale Sicurezza degli alimenti e Nutrizione nel settembre 2017

per svolgere le funzioni di osservatorio previste dall'Accordo Stato-Regione del 24 novembre 2016 inerente la "Valutazione delle criticità nazionali in ambito nutrizionale" ispirate dal "Manifesto delle criticità in nutrizione clinica e preventiva", frutto del confronto fra le principali società scientifiche impegnate in ambito nutrizionale, il mondo accademico ed associazioni di consumatori e pazienti. Al TaSiN sono attribuite funzioni di coordinamento delle iniziative legate alla sorveglianza nutrizionale e di orientamento finalizzate a:

1. favorire lo sviluppo di processi decisionali utili a favorire una

sana alimentazione, sulla base di adeguate conoscenze della situazione esistente e delle evidenze scientifiche;
2. definire una metodologia preliminare alle scelte di governo in materia di alimentazione;
3. stabilire orientamenti educazionali e formativi;
4. elaborare proposte strategiche destinate al vertice istituzionale. Il TaSiN prevede al suo interno componenti di varie professionalità appartenenti alle Istituzioni centrali e regionali, alle Società scientifiche, al mondo accademico e al settore produttivo. Il Tavolo Nazionale della Sicurezza Nutrizionale si interfaccia a sua volta coi Tavoli Regiona-

li della Sicurezza Nutrizionale (TaRSIN), facenti capo alle Regioni e Province Autonome, per la realizzazione degli obiettivi tesi a superare le criticità in ambito nutrizionale.

Migliorare l'offerta e superare le disomogeneità regionali

In occasione del primo evento satellite svoltosi a Palermo lo scorso 21 ottobre si è trattato il tema delle disomogeneità territoriali dando spazio anche al tema della ristorazione collettiva. A conclusione dei lavori è stato elaborato un documento contenente proposte programmatiche e operative da presentare agli Stati Generali Stati Generali della Nutrizione Preventiva e Clinica. Di seguito alcuni delle principali proposte emerse.

A. Individuare i Servizi di Igiene alimenti e Nutrizione (SIAN) dei Dipartimenti di prevenzione delle ASL come canali preferenziali per rilevare criticità del territorio ed implementare la sicurezza nutrizionale, favorendo divulgazione e recepimento sul territorio nazionale delle indicazioni elaborate dal TaSIN che opera in stretta sinergia con le Società Scientifiche inerenti la nutrizione clinica e preventiva.

B. Prevedere interventi nutrizionali preventivi life course (primi mille giorni, infanzia, maternità, adulti, terza età) ed interventi ad hoc rivolti a gruppi della popolazione maggiormente "vulnerabili".

C. Implementare le reti di nutrizione preventiva e clinica, attraverso il consolidamento dell'integrazione tra SIAN e U.O. di Dietetica e Nutrizione Clinica.

D. Attivare reti integrate e multidisciplinari per il contrasto a sovrappeso ed obesità, per la prevenzione delle malattie croniche non trasmissibili (malattie cardiovascolari, cancro, diabete) con la previsione di sviluppare specifici Percorsi diagnostico terapeutico assistenziali.

E. Prevedere nelle case di comu-

nità, di recente istituzione (DM 77/2022) team dedicati alla prevenzione nutrizionale primaria e secondaria, in collaborazione con i SIAN.

F. Si è, inoltre, convenuto di individuare il Modello della Dieta Mediterranea quale strumento per promuovere nella popolazione stili di vita e scelte alimentari sani e sostenibili anche dal punto di vista dell'impatto ambientale, in un'ottica One Health.

Nel corso dell'incontro si è rilevata l'urgenza di Promuovere strategie di contrasto all'obesità, sottolineando la necessità di adottare un approccio sostenibile, coerente con gli Obiettivi di Sviluppo sostenibile dell'Agenda Onu 2030: oltre a benessere e buona salute per tutti, sostenibilità dei consumi e lotta contro il cambiamento climatico, contrasto alla povertà, contrasto alle disuguaglianze, equità di genere, diritto all'istruzione, città e comunità sostenibili.

Si è poi ribadita la necessità di promuovere la food security (l'accesso ad un'alimentazione quali-quantitativamente adeguata) nell'attuale contesto socio-economico al fine di contrastare la povertà alimentare, anche attraverso la promozione di strategie che possano rendere facili e attuabili scelte alimentari salutari.

Si è, altresì, sottolineata l'utilità di organizzare e promuovere campagne di informazione finalizzate alla comprensione del ruolo che diversi alimenti, nutrienti e altre componenti alimentari, nonché fattori biologici, comportamentali, psicosociali, ambientali ed economici, svolgono sulla salute e sul rischio di malattia.

L'incontro siciliano è stato anche l'occasione per sollecitare la promozione, lo sviluppo e l'implementazione di programmi integrati, basati su percorsi condivisi con tutti gli attori e gli stakeholders della filiera alimentare: produttori primari,



trasformatori, ristorazione collettiva e la grande distribuzione organizzata (GDO).

Spazio alla ristorazione collettiva

A Palermo si è parlato anche dell'importanza di riconoscere alla ristorazione collettiva e in particolare a quella scolastica, un ruolo educativo di primo piano, per la promozione della sana alimentazione basata sui principi della dieta mediterranea, della sostenibilità ambientale, della inclusione sociale e dell'integrazione, tenendo conto delle best practices esistenti. C'è stato spazio anche per promuovere strategie innovative finalizzate alla prevenzione degli sprechi e alla disseminazione di buone pratiche per il recupero, a partire dalle famiglie e dalle mense scolastiche, anche attraverso gruppi di lavoro integrati (pubblico-privato-3° settore-etc), anche proponendo modelli di contenimento dello spreco alimentare e nutrizionale tipo Life Cycle assessment.

Anche le opportunità offerte dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), sono state al centro del confronto e giudicate importanti ma non sufficienti, per avviare un processo evolutivo che renda la ristorazione scolastica non un servizio a domanda individuale, condizionato dalle scelte delle famiglie e/o da bilanci comunali, ma una pre-

stazione essenziale da garantire uniformemente su tutto il territorio nazionale. Al tavolo della discussione ha trovato spazio l'esigenza di monitorare periodicamente i criteri di adeguatezza della dieta per la ristorazione – in particolare scolastica, aziendale e socio-assistenziale – al fine di offrire agli utenti un servizio di qualità e garantire i fabbisogni di energia e nutrienti indicati dai LARN e dalle Linee Guida per una Sana Alimentazione. Anche il recepimento e l'attuazione delle "Linee di Indirizzo Nazionali per la Ristorazione Ospedaliera, Assistenziale e Scolastica", necessitano un monitoraggio adeguato anche al fine di ridurre le disomogeneità procedurali territoriali e applicare le previste procedure di aggiudicazione, finalizzate ad offrire all'utenza un servizio di qualità.

Gli ultimi temi affrontati hanno riguardato la necessità di promuovere la formazione e la cultura nutrizionale in tutti i setting, prevedere l'educazione alimentare quale materia di insegnamento obbligatoria nelle scuole di ogni ordine e grado, impegnando i docenti, adeguatamente formati, nella declinazione pratica dell'educazione alimentare durante la ristorazione scolastica, prevedere la formazione in tema di educazione alimentare degli operatori delle mense scolastiche e introdurre interventi di formazione ed informazione delle famiglie degli scolari.

WHAT IS AVAXHOME?

AVAXHOME-

the biggest Internet portal,
providing you various content:
brand new books, trending movies,
fresh magazines, hot games,
recent software, latest music releases.

Unlimited satisfaction one low price

Cheap constant access to piping hot media

Protect your downloadings from Big brother

Safer, than torrent-trackers

18 years of seamless operation and our users' satisfaction

All languages

Brand new content

One site



AVXLIVE ICU

AvaxHome - Your End Place

We have everything for all of your needs. Just open <https://avxlive.icu>



Ristorando

Da 27 anni, Ristorando è la rivista di riferimento della ristorazione moderna organizzata e un formidabile strumento di aggiornamento per gli operatori del settore oltre che un punto di incontro strategico tra domanda e offerta di servizi di ristorazione

ABBONATI SUBITO



- ☐ Desidero abbonarmi per un anno (10 numeri) al prezzo di € 60,00
- ☐ Allego assegno bancario intestato a EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano
- ☐ Verso l'importo direttamente sul c/c postale n. 36640209 intestato a EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano (Allego Bollettino)

Carta di Credito:

☐ Visa ☐ Mastercard ☐ Eurocard ☐ CartaSì

n°

Data di scadenza / CVV

Data / / Timbro e Firma

Per una risposta immediata anticipare via email ad abbonamenti@edifis.it

Società.....

.....

Nome.....

Cognome.....

Funzione.....

Indirizzo.....

N. Civico.....Cap.....Prov.....

Località.....

Prefisso.....Telefono.....

Fax.....

PartitaIVA.....

E-mail:.....

N.B. • La ricevuta del pagamento è valida ai fini fiscali.

• Per richiedere comunque fattura

(Barra la voce interessata con X)

☐




Mentre i mondiali del Qatar entrano nel vivo della competizione, dalla Spagna ecco un esempio di food experience all'insegna della passione per il calcio

di A.A.

Lo sport irrompe nel fuoricasa

C'era un volta (e c'è ancora) il bar dello sport. Riunirsi in un locale con amici o semplici appassionati e consumare qualcosa mentre si "gusta" un evento sportivo alla tv è per molti un rito spesso irrinunciabile. Un momento unico in cui liberare un po' di sano tifo per la squadra del cuore in compagnia e con la pancia piena ma lontano dallo stadio a dalla poltrona di casa.

Questa formula che rimanda la mente ai pub inglesi e ai fiumi di birra che scorrono a suon di goal, oggi è al centro dell'attenzione dell'industria della ristorazione moderna organizzata e comincia a mostrare esempi interessanti e decisamente più al passo coi tempi che, tanto per cambiare, prendono le mosse dallo sport più seguito al mondo: il football.

A muovere decisamente i primi passi verso il bar sport del futuro è stata la LaLiga Profesional de Fútbol, in breve LaLiga, che altro non è che l'equivalente

spagnola della nostra lega di serie A.

L'obiettivo alla base del concetto spagnolo è rendere le squadre di calcio, in parte conosciute a livello mondiale come Real Madrid, FC Barcellona, Sevilla e Valencia ancora più vicine ai loro fan offrendo loro un'esperienza assolutamente nuova sotto ogni aspetto compreso quello del food.

La prima apertura del concept che prende il nome di LaLiga 29's (dall'anno in cui si è giocato il primo campionato di calcio spagnolo) ha preso vita nel parco divertimenti PortAventura nelle vicinanze di Barcellona. Visto da fuori il locale con elementi in acciaio, cemento ed erba artificiale imita la silhouette di uno stadio e mette in bella evidenza il logo LaLiga. Anche

l'ingresso è particolare e si rifà al tunnel che i giocatori (quelli veri) di solito percorrono dagli spogliatoi fino al campo di gioco. Il locale presenta elementi in erba artificiale sul pavimento e sul soffitto e incorpora pareti video con immagini e suoni di matrice calcistica.

L'idea alla base del progetto sviluppato dall'agenzia Komodo Communication è che i frequentatori del locale possano sentirsi quasi come dei giocatori, percepire l'erba, i colori e l'atmosfera di uno stadio. In contrasto con le immagini in movimento su schermi quadrati, l'area del ristorante ha sedie realizzate nei toni del grigio e del bianco, tavoli in legno e suggestive forme ondulate ovunque, che si tratti del pavimento, del bar centrale o degli elementi sulle pareti e sul soffitto. Con l'idea di trovare un giusto equilibrio tra l'algida tecnologia dei maxi schermi e un'atmosfera di colore e... calore.



Cibo e intrattenimento

Chiunque voglia non solo guardare, ma anche giocare o intrattenersi con altri frequentatori del locale, troverà "passione, eccitazione, sport di squadra e divertimento" nell'area e-sport, si legge sul sito web di LaLiga che invita i visitatori a "godere di tutta l'intensità dello sport". Una zona del locale ospita infatti cinque console Play Station dove si può giocare con EA Sports Fifa 22, guardare eventi in streaming o partecipare a tornei online. A questo si aggiunge la possibilità di



utilizzare "The Beat Challenge", un videogioco di calcio creato appositamente da Kosmos, che immerge gli ospiti in un'esperienza di realtà aumentata.

"B-eat Experience" è invece un'area cosiddetta premium che può essere affittata per conferenze ed eventi, dove gli ospiti possono guardare video a 360 gradi di eventi sportivi mentre mangiano.

Ma alla fine cosa viene servito nei 180 posti del locale?...

Il menu propone per cominciare patatas bravas, hummus, jamón e nachos "para picar" a prezzi compresi tra



TOM'S WATCH BAR: IL BAR SPORT A STELLE E STRISCE

Tom's Watch Bar ha sede a Denver e ha sei location operative e altre sette in costruzione. Fondato nel 2014, il locale è un nitido esempio di ristorante dedicato a tutti gli appassionati di sport. La programmazione copre ogni disciplina e ogni campionato, da quelli universitari a quelli professionistici, sia a livello locale sia a livello internazionale compresi sport emergenti. Al centro del locale troneggia uno schermo di dimensioni da stadio circondato da centinaia (avete capito bene) di schermi, costantemente e sintonizzati su ogni possibile evento sportivo. Il marchio oggi sta crescendo rapidamente e di recente ha fatto notizia per essere diventato l'obiettivo di un investimento milionario da parte di **John Elway**, il quarterback della NFL Hall of Fame che ha vinto due titoli del Super Bowl con i Denver Broncos.

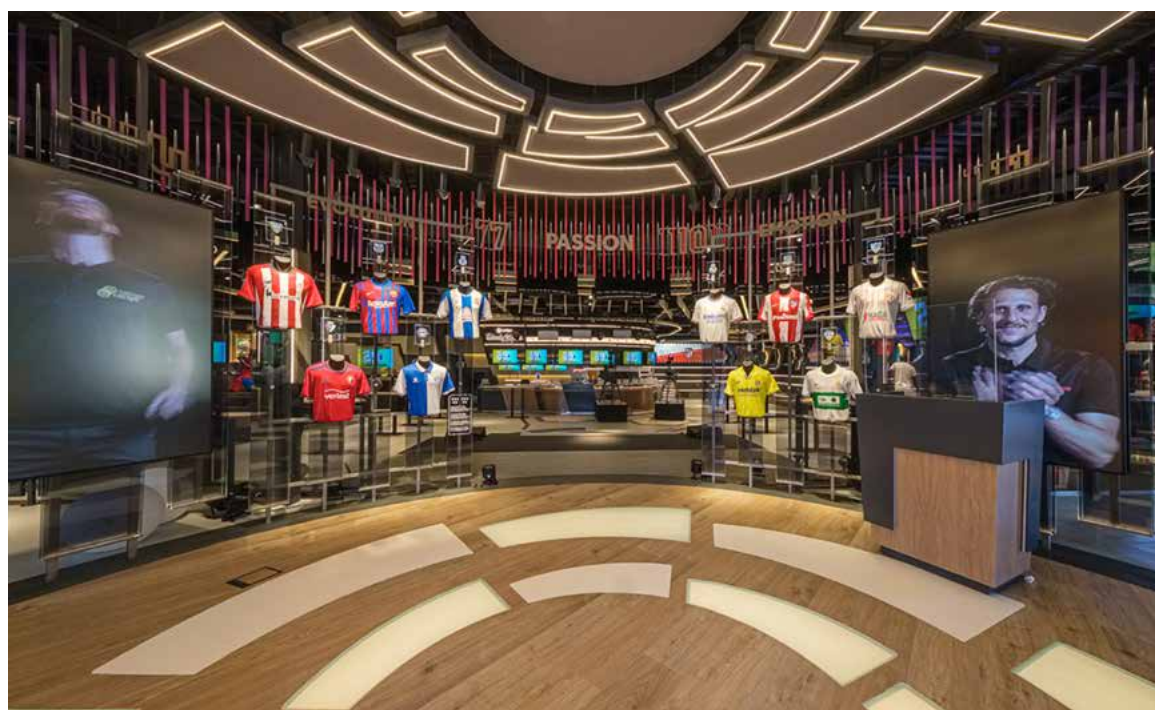


5,50 euro e 17,90 euro. Poi panini, hamburger e hot dog da 13,50 euro a 16,90 euro, insalate per 11,50 euro, un primo piatto a 11,50 euro e l'entrecôte a 22,50 euro. I dolci costano fino a 6,50 euro.

Stando ai giudizi trovati in rete il rapporto qualità prezzo sembra soddisfacente.

I prezzi sono più o meno allo stesso livello di tutti gli altri locali inseriti nel parco divertimenti. Il menu delle bevande comprende long drink, cocktail e sangria. Secondo LaLiga, ogni bar dello sport (al momento oltre a quello di Port Aventura ce n'è uno a Madrid e uno a Doha) avrà un menu personalizzato.

Il nuovo bar dello sport a Madrid, aperto a metà dello scorso maggio sulla trafficata via dello shopping Gran Via 53 in collaborazione con Aramark, si rivolge sia ai turisti sia agli appassionati di calcio locali. Aramark è un partner con grande esperienza nella gestione di ristoranti a tema e catering per eventi sportivi, e in Spagna svolge la propria attività in nove stadi della Primera División (la serie A spagnola). Il ristorante di 600 mq ha anche



qui 180 coperti e consente ad Aramark di "rafforzare la propria posizione di leader nel campo del tempo libero e dello sport", afferma **Jaime Thiebaut**, presidente di Aramark Spagna.

Nel locale della capitale spagnola, le singole aree rimangono le stesse, anche se alcune di esse sono suddivise in modo leggermente diverso ri-

spetto alla location catalana. Il menu offre piatti per tutti i gusti: tapas ma anche bocadillos, panini e primi piatti oltre ad hamburger e pizze, frullati vegetariani e vegani e menu per bambini in aggiunta a quelli già previsti.

Secondo i piani della Liga spagnola la capitale Madrid vedrà presto altre aperture. La prima nel centro di Puerta Sol, nel

nuovo museo del calcio denominato "Legends".

Mai nei piani di sviluppo del concept fa anche parte un accordo già firmato con Barceló Hotels Group per il lancio internazionale del locale, con l'apertura di bar sportivi in Africa e Medio Oriente.

Resta da vedere se queste ambizioni espansionistiche avranno successo in futuro.

Non va dimenticato che LaLiga TwentyNine's deve fare i conti con i circa 50.000 fra bar e caffetterie che pagano i diritti per trasmettere le partite del campionato di calcio spagnolo.

Il fatto che il nuovo e moderno concetto di bar dello sport abbia il potenziale per funzionare come locale per appassionati o piuttosto diventi un luogo ideale per turisti calciofili dipenderà come sempre dalla qualità sia dell'intrattenimento sia del servizio di ristorazione.

Di sicuro l'insegna emergente potrà contare sulla forza del marchio LaLiga (l'ottavo fra i brand più forti in Spagna) e sull'elevata affinità dei giovani con il digitale e il desiderio di nuove esperienze e nuove opportunità di incontro in epoca post-Covid.



WWW.
ristorando

.ai



Seguici online!

La Borsa delle Imprese della Ristorazione Moderna

Foto di Hoja Studio su Unsplash



Foto di Jonathan Borba su Unsplash

I contratti del mese in Italia pag. 60

Foto di Alex Haney su Unsplash



Commerciale **sempre in testa**



Foto di Dan Gold su Unsplash

Cresce di 38 unità il monitoraggio questa volta, portando il totale dei contratti a quota 378. A trainare lo sviluppo è la commerciale, in particolare alla voce siti in concessione che registra un exploit di 13 contratti che la porta a raddoppiare il proprio bottino, che arriva a 26. Insieme ai 7 in più dei centri città e mall, il segmento sale a 156. Segue la scolastica con 139, 11 in più. Quattro contratti aggiuntivi per l'aziendale che arriva a 32 mentre aumentano rispettivamente di 1 e 2 unità buoni pasto e vending. Ferma la sociosanitaria.

(Nell'ottava rilevazione abbiamo censito 378 contratti e 162 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulta la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.



Foto di Benu Marinescu su Unsplash

Ristorazione collettiva

Case di Cura, Cliniche, Ospedali

DUSSMANN SERVICE	1 contratto precedente
EURORISTORAZIONE SRL	1 contratto precedente
LADISA	1 contratto precedente
PULINET SERVIZI	4 contratti precedenti

Case di riposo, Case Protette, Servizi assistenziali

BRIN MENSE GESTIONE RIST. COLLETTIVA	1 contratto precedente
CAMST	1 contratto precedente
CONSORZIO DI COOPERATIVE KURSANA CSRL	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	1 contratto precedente
FABBRO FOOD SPA	1 contratto precedente
NUOVA ASSISTENZA SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente
SAGIFI SPA	1 contratto precedente
SARCA CATERING	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente
SERVIZI DI RISTORAZIONE PER L'IPAB CASA DI RIPOSO "A. ROSSI"	8 contratti precedenti
SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ANGELO AZZURRO ONLUS	1 contratto precedente
SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE LA PERLA	1 contratto precedente
SODEXO	2 contratti precedenti
VALES SCS	1 contratto precedente
ZELIG SOCIALE COOP SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente

Mense Aziendali

CAMST GROUP	1 contratto
♦ SANTONI CALZATURE	
CIRFOOD	2 contratti
♦ TRENTINO TRASPORTI S.P.A.	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	1 contratto precedente
HOSPES SRL	1 contratto precedente
IL CHICCO SRL	1 contratto precedente
LA MARIANNA	1 contratto precedente
LADISA SRL	1 contratto precedente
RICOS SRL	1 contratto
♦ ASTRAL S.P.A. ROMA	
SARCA CATERING	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente



Forze Armate e Corpi Militarizzati

ALL FOOD SPA	1 contratto precedente
CAMST	1 contratto precedente
COMPASS GROUP	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	1 contratto precedente
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto precedente
EUROMENSE SRL	1 contratto precedente
EURORISTORAZIONE	1 contratto precedente
LADISA	1 contratto precedente
LUJEDA SAS	1 contratto precedente
RISTORAZIONE LA GROTTA SNC	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	2 contratti precedenti
VAG SOLUTION SRL	3 contratti precedenti
VIVENDA	2 contratti precedenti

Scuole Private ed Università

GERICO SRL	1 contratto precedente
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
PELLEGRINI SPA	2 contratti precedenti
REGIONE LAZIO	1 contratto precedente
RISTORART TOSCANA SRL	1 contratto precedente
SCAMAR SRL	1 contratto precedente



Scuole Pubbliche	
ALTHEA SRL	1 contratto precedente
AP PLURISERVICE SOC. COOP SOCIALE ♦ COMUNE DELL'AQUILA	1 contratto
BIORISTORO ITALIA SRL	1 contratto precedente
BRIN MENSE GESTIONE RIST. COLLETTIVA	2 contratti precedenti
CAMST ♦ COMUNE DI CIVIDALE DEL FRIULI (UD)	9 contratti
8 contratti precedenti	
CATERING SRL	1 contratto precedente
CHEF EXPRESS	1 contratto precedente
CIMAS SRL	2 contratti precedenti
CIRFOOD ♦ COMUNE DI FERRARA ♦ CASSANO MAGNAGO (VA)	23 contratti
21 contratti precedenti	
COMPASS GROUP ITALIA	1 contratto precedente
COOPERATIVA ITALIANA DI RISTORIAZIONE S.C	1 contratto precedente
COOPERATIVA SANT'ANSELMO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente
CRISTOFORO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente
D&D SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE ♦ CASTELNUOVO MAGRA (SP) ♦ COMUNE DI REMANZACCO (UD)	13 contratti
11 contratti precedenti	
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto precedente
EURORISTORAZIONE	6 contratti precedenti
FABBRO FOOD SPA	1 contratto precedente
G.M.I. SERVIZI SRL	1 contratto precedente
GAM SRL	1 contratto precedente
GEMOS	2 contratti precedenti
GLOBAL SERVICE SRL	2 contratti precedenti
G.R.A. DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	1 contratto precedente
GUSTO & CO. SOC. COOP	1 contratto precedente
ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL	2 contratti precedenti
ITALIA CHEF	2 contratti precedenti
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	2 contratti precedenti
LADISA	1 contratto precedente
LUCENTE SOC. COOP. SOCIALE	1 contratto precedente
MARGHERITA SOC. COOP. SOCIALE	1 contratto precedente
NUOVO FUTURO COOP. SOCIALE	1 contratto precedente
PELLEGRINI SPA	2 contratti precedenti

REM SRL	1 contratto precedente
RISTORAZIONE COSTANZI	1 contratto precedente
RISTO 3	1 contratto precedente
RISTOR PLUS S.R.L.	1 contratto precedente
RISTOSERV	1 contratto precedente
SANTA LUCIA SOC. COOP. SOLID. ONLUS	1 contratto precedente
SARCA CATERING	2 contratti precedenti
SCAMAR SRL ♦ COMUNE DI CORIGLIANO - ROSSANO (CS)	1 contratto
SERCAR RISTORAZIONE COLLET. S.P.A	1 contratto precedente
SERCOL SRL ♦ COMUNE DI DORGOLI (NU)	1 contratto
SERENISSIMA RISTORAZIONE	4 contratti precedenti
SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
S.I.R. SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE SRL	2 contratti precedenti
SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE LA PERLA	1 contratto precedente
SODEXO ♦ COMUNE DI CAPIAGO INTIMIANO (CO) ♦ COMUNE DI NOALE (VE)	15 contratti
13 contratti precedenti	
SOLIDARIETÀ E LAVORO SOC. COOP.	1 contratto precedente
VERLATA LAVORO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	1 contratto precedente
VIVENDA ♦ COMUNE DELL'AQUILA	9 contratti
8 contratti precedenti	



Ristorazione commerciale

Esercizi Urbani e Centri Commerciali

AL MERCATO STEAKS & BURGERS	1 contratto precedente
ALBERTO MARCHETTI GELATO	1 contratto precedente
ALICE PIZZA	2 contratti precedenti
ALMAKI	1 contratto precedente
AUTOGRILL	2 contratti precedenti
BAR COPPITELLO	1 contratto precedente
BILLY TACOS ♦ CC APRILIA, LATINA 5 contratti precedenti	6 contratti
BINTAT DONER KEBAP	1 contratto precedente
BRADEN	1 contratto precedente
BUN BURGERS	2 contratti precedenti
BURGER KING ♦ CITY LIFE, MILANO 2 contratti precedenti	3 contratti
BURGEZ	1 contratto precedente
CAFFÈ PASCUCCI	1 contratto precedente
CALAVERA RESTAURANT	4 contratti precedenti
CAPATOAST	2 contratti precedenti
CHEF EXPRESS	1 contratto precedente
CIGIERRE ♦ WIENER HAUS, TAVEGNACCO (UD)	1 contratto
CIOCCOLATITALIANI	2 contratti precedenti
CIRFOOD	1 contratto precedente
CODY	1 contratto precedente
DA MICHELE	1 contratto precedente
DOMINO'S PIZZA	1 contratto
DOPPIO MALTO ♦ PARMA 2 contratti precedenti	3 contratti
EAST RIVER AMERICAN PUB	1 contratto precedente
EL&N	1 contratto precedente
EATALY	1 contratto precedente
ERBERT	2 contratti precedenti
FRESCO&CIMMINO	1 contratto precedente
GENUINUS	1 contratto precedente
GIOVANNI RANA	1 contratto precedente
GIUSTOSPIRITO	1 contratto precedente
GLOVO	1 contratto precedente
GROM	1 contratto precedente
HEALTHY COLOR	3 contratti precedenti
HEKFANCHAI BAKERY	1 contratto precedente
KAISEKI	1 contratto precedente
KEBHOUSE	4 contratti precedenti
KFC	11 contratti precedenti

KUIRI ♦ TORINO	1 contratto
ICHI STATION	1 contratto precedente
IL MANNARINO	2 contratti precedenti
ILLYCAFFÈ	1 contratto precedente
JOE'S AMERICAN BBQ	1 contratto precedente
LAESSE	1 contratto precedente
LA PIADINERIA	3 contratti precedenti
THAT'S VAPORE	1 contratto precedente
LIEVITÀ	1 contratto precedente
LOB'S	1 contratto precedente
MACHA CAFÈ	1 contratto precedente
MCDONALD'S	2 contratti precedenti
MEDITERRANEA	1 contratto precedente
MUORZ	1 contratto precedente
QUORE ITALIANO	1 contratto precedente
NIMA SUSHI	1 contratto precedente
OBICÀ MOZZARELLA BAR	1 contratto precedente
OLD WILD WEST	1 contratto precedente
PACIFIC POKE	2 contratti precedenti
PANDENUS	1 contratto precedente
PANINI DURINI	1 contratto precedente
PANINO GIUSTO	1 contratto precedente
PERCASSI	1 contratto precedente
POKÈ FLASH	2 contratti precedenti



Ristorazione commerciale

POKE HOUSE	1 contratto precedente
PESCARIA	1 contratto precedente
PIZZIUM	2 contratti precedenti
POKÈFLASH	1 contratto precedente
POKE HOUSE	1 contratto precedente
POKERIA BY NIMA	1 contratto precedente
ROADHOUSE RESTAURANT	2 contratti precedenti
ROSSOCAFFÈ	1 contratto precedente
ROSSOPOMODORO	1 contratto precedente
SOPHIA LOREN RESTAURANT	1 contratto precedente
SIGNORVINO	1 contratto precedente
SMOKERY	1 contratto precedente
STARBUCKS	1 contratto precedente
SUSHI DAILY	1 contratto precedente
SUSHIKO	1 contratto precedente
TASTY&FREE	2 contratti precedenti
TED LOBSTER	1 contratto precedente
TESTONE	1 contratto precedente
TOSCA - L'ARTE DEL GUSTO	1 contratto precedente
VIKY'S BURGER QUEEN	1 contratto precedente
WAGAMAMA	3 contratti precedenti

Siti in Concessione	
12OZ	3 contratti precedenti
ANTICO VINAIO	1 contratto precedente
ANTONINO CANNAVACCIUOLO	2 contratti
♦ POP UP STORE STAZIONE TERMINI E NAPOLI CENTRALE	
CAFFÈ NAPOLI	1 contratto
♦ AEROPORTO LEONARDO DA VINCI, ROMA	
CAMST GROUP	3 contratti
♦ BOLOGNA FOOTBALL CLUB 1909	
♦ WORLD TRADE CENTER GENOVA, BAR NOI E RISTORANTE TAVOLAMICA	
CIGIERRE	1 contratto
♦ PALMA'S C/O AEROPORTO LEONARDO DA VINCI, ROMA	
EATALY	1 contratto
♦ AEROPORTO LEONARDO DA VINCI, ROMA	
EG GROUP	3 contratti precedenti
FILIPPO LA MANTIA	1 contratto precedente
CAMST GROUP	4 contratti
♦ EATALY C/O AEROPORTO LEONARDO DA VINCI, ROMA	
♦ CAFFÈ NAPOLI C/O AEROPORTO LEONARDO DA VINCI, ROMA	
♦ SAL DE RISO C/O AEROPORTO LEONARDO DA VINCI, ROMA	
♦ PALMA'S C/O AEROPORTO LEONARDO DA VINCI, ROMA	
IGEA GROUP	1 contratto precedente
MOMENTO SRL	1 contratto precedente
MY CHEF	1 contratto precedente
ROSSOPOMODORO	2 contratti precedenti
SAL DE RISO	1 contratto
♦ AEROPORTO LEONARDO DA VINCI, ROMA	

Buoni pasto elettronici e card	
DAY RISTOSERVICE	1 contratto precedente
EDENRED	8 contratti precedenti
SODEXO MOTIVATION SOLUTIONS ITALIA SRL	2 contratti
♦ FERSERVIZI S.P.A., IN PROPRIO E IN NOME E PER CONTO DELLE SOCIETÀ DEL GRUPPO FERROVIE DELLO STATO ITALIANE	1 contratto precedente
YES TIKET SRL	1 contratto precedente



Vending	
CI.NE. CAFFE' GROUP S.R.L.	1 contratto precedente
CIRFOOD	1 contratto precedente
GE.D.A.M. SERVICE S.R.L.	2 contratti precedenti
GRUPPO ARGENTA	1 contratto
♦ UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA	
IVS ITALIA SPA	2 contratti precedenti
LIOMATIC SPA	1 contratto precedente
METHODO S.R.L.	1 contratto precedente
MOMENTO SRL	1 contratto precedente
ORASESTA S.P.A.	1 contratto precedente
SOGEDAI SRL	1 contratto precedente
STIMA SRL	1 contratto precedente
TRINACRIA VENDING S.R.L.	2 contratti
♦ AZIENDA OSPEDALIERA "OSPEDALI RIUNITI VILLASOFIA - CERVELLO 1, PALERMO	1 contratto precedente

Contratti monitorati al 31 Ottobre 2022

I Segmenti della ristorazione moderna	
Case di cura, cliniche, ospedali	7
Case di riposo, case protette, servizi assistenziali	16
Totale Ristorazione Collettiva	23
Forze armate e corpi militarizzati	21
Ristoranti aziendali ed interaziendali	11
Totale Ristorazione Collettiva Aziendale	32
Scuole private ed Università	7
Scuole pubbliche	132
Totale Ristorazione Scolastica	139
Esercizi urbani e centri commerciali	130
Esercizi in concessione	26
Totale Ristorazione Commerciale	156
Imprese e società private	0
Enti pubblici	0
Buoni pasto elettronici e card	0
Totale Buoni pasto	12
Vending	15
Totale contratti monitorati	378



Foto di Sam Moqadam su Unsplash

Società monitorate al 31 Ottobre 2022

1	12OZ	
2	ALMAKI	
3	ALTHEA SRL	
4	ALBERTO MARCHETTI GELATO	
5	ALL FOOD SPA	
6	AL MERCATO STEAKS & BURGERS	
7	ALICE PIZZA	
8	ANTICO VINAIO	
9	ANTONINO CANNAVACCIUOLO	
10	AP PLURISERVICE SOC. COOP SOCIALE	
11	AUTOGRILL	
12	BAR COPPITELLO	
13	BILLY TACOS	
14	BINTAT DONER KEBAP	
15	BIORISTORO ITALIA	
16	BRADDEM	
17	BRIN MENSE GESTIONE RIST. COLLETTIVA	
18	BUN BURGERS	

19	BURGER KING	
20	CAFFÈ NAPOLI	
21	CAFFÈ PASCUCCI	
22	CALAVERA	
23	CAPA TOAST	
24	CAMST	
25	CATERING	
26	CHEF EXPRESS	
27	CI.NE. CAFFE' GROUP S.R.L	
28	CIMAS	
29	CIOCCOLATITALIANI	
30	CIRFOOD	
31	CODY	
32	COMPASS GROUP ITALIA	
33	CONSORZIO DI COOPERATIVE KURSANA CSRL	
34	COOPERATIVA ITALIANA DI RISTORIAZIONE S.C	
35	COOPERATIVA SANT'ANSELMO SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	

36	COOPERATIVA SOCIALE ROSA DEI VENTI SOC. COOP. ONLUS	
37	CRISTOFORO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	
38	D&D SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	
39	DA MICHELE	
40	DAY RISTOSERVICE	
41	DOMINO'S	
42	DOPPIO MALTO	
43	DUSSMANN SERVICE	
44	EAST RIVER AMERICAN PUB	
45	EATALY	
46	EDENRED	
47	EG GROUP	
48	ERBERT	
49	EUROMENSE	
50	EURORISTORAZIONE	
51	FABBRO FOOD	
52	FILIPPO LA MANTIA	
53	FRESCO&CIMMINO	
54	G.M.I. SERVIZI	
55	G.R.A. DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	
56	GE.DA.M. SERVICE	
57	GAM	
58	GEMOS	
59	GENUINUS	
60	GERICO SRL	
61	GIOVANNI RANA	
62	GIUSTOSPIRITO	
63	GLOBAL SERVICE	
64	GRANDI STAZIONI	
65	GRUPPO ARGENTA	
66	GUSTO & CO. SOC. COOP	
67	HEALTHY COLOR	
68	HEKFANCHAI BAKERY	
69	HOSPES SRL	
70	ICHI STATION	
71	IGEA GROUP	
72	IL CHICCO SRL	
73	IL MANNARINO	
74	ILLYCAFFÈ	
75	ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI	
76	ITALIA CHEF	
77	IVS ITALIA	
78	JOE'S AMERICAN BBQ	

79	KAISEKI	
80	KEBHOUSE	
81	KFC	
82	KUIRI	
83	LA CASCINA GLOBAL SERVICE	
84	LADISA	
85	LA MARIANNA	
86	LIEVITA'	
87	LIOMATIC	
88	LOB'S	
89	LUCENTE SOC. COOP. SOCIALE	
90	LUJEDA	
91	MACHA CAFÈ	
92	MARGHERITA SCOIETA' COOP. SOCIALE	
93	MCDONALD'S	
94	MEDITERRANEA	
95	METHODO	
96	MY CHEF	
97	MOMENTO SRL	
98	MUORZ	
99	NIMA SUSHI	
100	NUOVA ASSISTENZA SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	
101	NUOVO FUTURO COOPERATIVA SOCIALE	
102	OBICÀ MOZZARELLA BAR	
103	OLD WILD WEST	
104	ORASESTA	
105	PACIFIK POKE	
106	PANDENUS	
107	PANINI DURINI	
108	PANINO GIUSTO	
109	PELLEGRINI	
110	PERCASSI	
111	PESCARIA	
112	POKE'FLASH	
113	POKE HOUSE	
114	POKERIA BY NIMA	
115	PULINET SERVIZI	
116	QUORE ITALIANO	
117	REM	
118	RICOS	
119	RISTO 3	
120	RISTOR PLUS	
121	RISTORAZIONE COSTANZI	
122	RISTORAZIONE LA GROTTA	

123	RISTORART TOSCANA SRL	
124	ROADHOUSE RESTAURANT	
125	ROSSOCAFFÈ	
126	SAGIFI	
127	SAL DE RISO	
128	SANTA LUCIA SOC. COOP. SOLIDARIETA' ONLUS	
129	SARCA CATERING	
130	SERENISSIMA RISTORAZIONE	
131	SCAMAR SRL	
132	SERCAR RISTOR. COLLETTIVA	
133	SERCOL	
134	SIGNORVINO	
135	SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE	
136	S.I.R. SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE	
137	SMOKERY	
138	SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ANGELO AZZURRO ONLUS	
139	SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE LA PERLA	
140	SODEXO	
141	SODEXO BENEFITS & REWARDS SERVICE ITALIA	

142	SOGEDAI SRL	
143	SOPHIA LOREN RESTAURANT	
144	SUSHI DAILY	
145	STARBUCKS	
146	STIMA SRL	
147	SUSHIKO	
148	TASTY&FREE	
149	TED LOBSTER	
150	THAT'S VAPORE	
151	TOSCA - L'ARTE DEL GUSTO	
152	TESTONE	
153	TRINACRIA VENDING	
154	VAG SOLUTION SRL	
155	VALES	
156	VERLATA LAVORO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	
157	VIVENDA	
158	VIKY'S BURGER QUEEN	
159	WAGAMAMA	
160	YES TIKET	
161	ZELIG SOCIALE COOP SOCIALE ONLU	

a proposito di

Apo



Ristorando è anche su Appstore

www.edifis.it











L'informazione corre on-line

BARtù **Ristorando** **retail**<sup>TRAVEL RETAIL
SHOPPING CENTER</sup> & food

**L'INDUSTRIA
DELLA GOMMA**

italiano
l'Orafo



EDIFIS

Edifis Srl - Tel. + 39 02 3451230 - www.edifis.it - info@edifis.it

UNOX all'avanguardia

La tecnologia innovativa di **UNOX** rivoluziona completamente il mondo della ristorazione e del tradizionale metodo di rigenerazione dei cibi.

Grazie all'utilizzo del forno combinato carrello high-tech CHEFTOP MIND.Maps™ BIG PLUS (certificato ENERGY STAR®), del frigo caldo EVEREO® e della macchina per il sottovuoto a caldo MULTI.Day HOT VACUUM è possibile unire la qualità dello Slow Food alla velocità del Fast Service.

La Conservazione a Temperatura di Servizio è la tecnica brevettata da UNOX che sta alla base di EVEREO®. Dopo aver cucinato pieni carichi di cibo e aver creato il vuoto a caldo nelle apposite teglie MULTI.Day, EVEREO® è in grado di controllare e gestire con precisione la temperatura e lo stato atmosferico all'interno della camera di conservazione mantenendo le pietanze sicure e pronte per il servizio fino a 3 giorni.

Impedendo la sopravvivenza dei batteri patogeni e mantenendo inalterate le qualità organolettiche degli alimenti, EVEREO® garantisce un livello di sicurezza alimentare maggiore rispetto al sistema di rigenerazione tradizionale. Inoltre, permette di servire cibi dal gusto e dalla consistenza autentici. Come appena preparati.

www.unox.com



Tecnocompact, il combi digitale compatto di Tecnoinox

Tecnocompact è l'innovativo combinato elettrico digitale compatto di **Tecnoinox**, progettato per garantire ai professionisti della ristorazione semplicità d'uso, prestazioni e ottimizzazione dello spazio. Grazie alla completezza delle dotazioni Tecnocompact consente il totale controllo del processo di cottura da parte dello chef, rappresentando la soluzione ideale per le cucine in cui risultati eccellenti abbinate ad ingombro minimo sono una necessità.

Ogni dettaglio è studiato per agevolare e rendere più efficiente il lavoro della brigata di cucina: camera completamente stampata, a tenuta stagna, in acciaio inox **AISI 304**; display **LCD ad alta visibilità** per monitorare i dati di cottura, richiamare programmi preimpostati e creare o modificare sino a 300 ricette; uniformità di cottura grazie al sistema di ventilazione e ai deflettori che permettono una distribuzione ideale del calore in tutto il volume della camera; luci LED per un'illuminazione ottimale.

Tecnocompact è disponibile nelle versioni 6 o 10 teglie GN1/1 lengthwise, con o senza lavaggio automatico e sonda integrati.

www.tecnoinox.it



VITO VL: la soluzione per risparmiare olio di frittura in modo intelligente!

La **VITO AG** – Germania – ha presentato il nuovo sistema di filtraggio **VITO VL**. VITO VL è il primo sistema di filtraggio dotato del software **VITOconnect**: può essere collegato alla rete WiFi locale in modo semplice e può essere configurato completamente online in base alle proprie necessità.

Con il monitoraggio intelligente del processo di filtraggio il responsabile della cucina potrà monitorare l'effettivo utilizzo ed i cicli di filtraggio direttamente dallo smartphone, tablet o computer - ovunque e in qualsiasi momento.

Grazie a questa innovazione VITO VL può godere delle agevolazioni previste da INDUSTRIA 4.0 che garantisce un credito d'imposta pari al 40% dell'importo dell'investimento entro il 2022. VITO VL pulisce e filtra l'olio in soli 4,5 minuti, rimuove tutti i residui carbonizzati dall'olio e dal fondo della friggitrice.

È possibile ottenere un risparmio fino al 50% di olio garantendo la massima qualità dei fritti.

www.vitoitalia.it



SuperLotus da oggi in 3D

Un nuovo servizio, in prima assoluta nel settore delle attrezzature per la ristorazione professionale, dedicato ai clienti **Lotus SpA**: disporre della tecnologia 3D per visualizzare gli aspetti tecnici, di contenuti e di installazione delle attrezzature professionali della serie **SuperLotus**.

"Se finora era possibile far vedere il prodotto con foto di catalogo oppure consultare la scheda tecnica per approfondire le conoscenze del modello, con il render 3D ora è possibile far apprezzare il cuore, la scocca, i dettagli, gli spazi retro dei modelli di cucine o di friggitorie professionali che il cliente ha individuato" - spiega Alan Dal Pos, CEO di Lotus SpA. - *Un servizio così efficace che fa dimenticare l'esistenza delle parole, perché facilitato al massimo nella visione guidata, touch-screen. La visione ruota attorno al singolo componente della cucina e si manovra per inquadrare i particolari, il fermo immagine e lo zoom ingrandisce o riduce.*

Un servizio universale che non ha bisogno di traduzioni ma che stimola l'approccio individuale di verifica, comprensione, analisi e soluzione. Un servizio che facilita un'installazione corretta ed efficace e che favorisce l'autoapprendimento decontestualizzato da dubbi o da incomprensioni.

I render 3D sono tutti molto foto realistici e la tecnologia utilizzata risulta veloce, pratica e di ottima usabilità. Si riscontra anche il vantaggio di rendere accattivante e chiara la comunicazione e offrire anche un maggior impatto emozionale sul prodotto stesso di Lotus Spa: Italian Culinary Art!

www.lotuscookers.it



Contenitori isotermitici

POLIBOX® è oggi l'azienda leader nella produzione della più completa gamma di contenitori isotermitici per la veicolazione di pasti e alimenti a temperatura controllata.

Polibox® ha ampliato la gamma di prodotti Polibox® realizzando dei contenitori isotermitici in PPE con contenuto riciclato (in particolare reti da pesca impiegate nell'industria ittica):

Polibox® Ocean. Il nuovo contenitore ha proprietà fisiche e prestazioni paragonabili alla linea Standard ma con questo materiale viene prodotto il 7% di CO2 in meno rispetto alla materia prima vergine.

In risposta alle specifiche esigenze del trasporto a temperatura controllata **Polibox®** si distingue grazie a innovazioni importanti nel comparto della logistica, del food e non solo: **Smartpolibox®**, che soddisfa la crescente richiesta degli operatori di tracciare dettagliatamente le spedizioni e le consegne di pasti ed alimenti e **Smartheater®**, il sistema di controllo della temperatura più evoluto al mondo che trasforma un contenitore isotermitico Polibox® in un avanzato mantenitore di cibi pronti.

In tema di qualità e sicurezza alimentare una novità nata in supporto di chi deve e vuole consegnare il proprio packaging in totale sicurezza è l'innovativo sistema brevettato **Polibox® Safelivity**. Un vero e proprio locker leggero ed isotermitico che garantisce elevati livelli di sicurezza igienico-alimentare durante le fasi di delivery in quanto il contenitore può essere aperto solo tramite codice comunicato esclusivamente al cliente finale.

www.polibox.com

POLIBOX®

 (R)evolutionary



Spezzatrice arrotondatrice automatica Vitella



La spezzatrice arrotondatrice automatica **Vitella** è la soluzione ideale per il pizzaiolo moderno: facile, affidabile, veloce, permette di massimizzare la produttività velocizzando la produzione oraria nella pesatura e nella formatura delle palline di impasto. Punti di forza sono l'estrema semplicità e praticità delle soluzioni, ma anche l'affidabilità e la sicurezza per il lavoratore: i macchinari Vitella puntano ad evitare qualsiasi pericolo nelle operazioni quotidiane, senza intralciare o rallentare il lavoro stesso. Compito della spezzatrice arrotondatrice automatica è quello di tagliare una porzione di pasta cruda in altre più piccole, per poi arrotondare ogni pezzo in palline di peso e forma uguale grazie all'azione di un piatto oscillante al suo interno. Lo strumento ideato da Vitella è in grado di farlo con estrema precisione e in pochi secondi.

www.vitellasrl.com

 **vitella**



ALIMENTI SENZA GLUTINE



Dr. Schär S.p.A.

Winkelau 9 - 39014 Postal (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293595
Fax +39 0473 293649
foodservice.it@drschaer.com
www.schaer-foodservice.it

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE



Augusto S.r.l.

Centro direzionale Zipa
Viale dell'Industria, 5 - 60035 Jesi (AN)
Tel. +39 0731 288021
Fax +39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com



Costa Group

Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309
Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net
www.costagroup.net



ifi S.p.A.

Strada Selva Grossa, 28/30
61010 Tavullia (PU)
Tel. 0721 20021
info@ifi.it - www.ifi.it



Spazio Futuro

Via Carlo Bazzi, 49
20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450
www.spaziofuturo.it

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM

Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

AIGRIM

Sede Operativa
Viale Coni Zugna, 71
20144 Milano
Tel. +39 02 38292046
segreteria@aigrim.it
Sede Legale
Piazza G. G. Belli, 2 - 20153 Roma



Angem

Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537
Fax +39 02 76280761
info@angem.it
www.angem.it



ANSEB

Piazza Belli, 2
00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@anseb.com
www.anseb.it



CNCC

Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120
Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it



Efcem Italia

Via Matteo Bandello, 5
20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it



FIPE

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it



Legacoop

Via G.A. Guattani, 9 - 00161 Roma
Cell. +39 329 0351621
Tel. +39 06 84439300/521
legacoop.produzione-servizi.coop

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI



General Beverage S.r.l.

Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
numero verde: 800 850 900
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COLLETTIVA



Camst Group

Via Tosarelli, 318
40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camstgroup.com



CIRFOOD

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com - www.cirfood.com



Compass Group Italia S.p.A.

Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano
Tel. +39 02 480531
Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it

Dussmann

Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518
Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it



Elior Ristorazione S.p.A.

Via Privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it



Gemeaz Elior S.p.A.

Via Privata Venezia Giulia, 5/A 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@gemeaz@gemeaz.it
www.gemeaz.it



I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.

Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio
80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmspa.com
www.ifmspa.com



Markas S.r.l.

Via Macello, 61
39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
it@markas.com
www.markas.com



Pellegrini S.p.A.

Via Lorenteggio, 255
20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1
Fax +39 02 89125922
www.gruppopelegrini.it



Serenissima Ristorazione S.p.A.

Via della Scienza, 26/A
36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400
Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it
www.grupposerenissima.it



Sodexo Italia S.p.A.

Via Fratelli Gracchi, 36
20092 Cinisello Balsamo (MI)
Tel. +39 02 69684.1
Fax +39 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE



Autogrill S.p.A.

Centro Direzionale Milanofiori Strada 5, Palazzo Z
20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com



Burger King Restaurants Italia S.r.l.

Strada 1, Palazzo F4
Milanofiori - 20090 Assago (MI)
Tel. +39 02 32061235
franchising@burgerking.it
www.burgerking.it



Chef Express S.p.A.

Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711
Fax +39 059 754700

Sede di Roma:

Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711
Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it



CIRFOOD RETAIL

Via Nobel, 19
42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com
www.cirfood.com



MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.

Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 - Blu Building - Ala 3 - 2° floor
20153 Milano
Tel. +39 02 3909951 - Fax +39 02 3552234
info.italia@areas.com - www.it.areas.com



Roadhouse Grill Italia S.r.l.

Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811
Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it

BUONI PASTO



Yes Ticket S.r.l.

Sede legale:
Via Quintino Sella, 3 - 20121 Milano

Sede operativa:

Via Ippolito Rosellini, 12 - 20124 Milano
Tel. +39 02 87178975 - Fax +39 02 21115319
clienti@yes-ticket.it - www.yes-ticket.it



Ticket Restaurant Edenred Italia S.r.l.

Via Giovanni Battista Pirelli, 18 - 20124 Milano
Tel. +39 02 269041 - www.ticketrestaurant.it

CARRELLI TERMICI



Rational Production S.r.l.

Via L. Galvani, 7/H - 24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203 - Fax +39 035 4521983
info@rationalproduction.com
www.rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO



CATTEL S.p.A.

via Ettore Majorana, 11
30020 Noventa di Piave (VE)
Tel. 0421 355311 fax 0421 659300
www.cattel.it - info@cattel.it



Dac S.p.A.

Via G. Marconi, 15 - 25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211 - Fax +39 030 2568340
info@gruppodac.eu - www.gruppodac.eu



Marr S.p.A.

Via Spagna, 20 - 47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111 - Fax +39 0541 742422
www.marr.it



METRO Italia Cash and Carry S.p.A.

Via XXV Aprile, 25 - 20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808
Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it - www.metro.it

CONSULENZE



Progetta sc

Via Lodovico il Moro, 159 - 20142 Milano
Tel. +39 02 89122357 - Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it - www.progetta.mi.it

CONTENITORI E PIATTI IN ALLUMINIO



Contital S.r.l.

Via Appia km 192.358 - 81052 Pignataro Maggiore (CE) - Italia
Tel. +39 0823 873-111
sales@contital.com - www.contital.com

CUCINE PROFESSIONALI



Ali Group S.r.l.

Via Gobetti 2a - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. +39 02 921991 - Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it - www.aligroup.it



Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.

s/s Romana Sud, 90 - 41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411 - Fax +39 059 642499
www.angelo-po.it



Electrolux Professional S.p.A.

V.le Treviso, 15 - 33170 Pordenone
Tel. +39 0434 3801 - Fax +39 0434 385854
www.electroluxprofessional.com



The Freshness Company®

Irinox S.p.A.

Via Madonna di Loreto, 6/B - 31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844 - Fax +39 0438 5843
irinox@irinox.com - www.irinoxprofessional.com



ITALIAN CULINARY ART

Lotus S.p.A.

Food Catering Equipment

Via Calmaor, 46 - 31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020 - Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it - www.lotuscookers.it
LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE



TOP CLEAN SOLUTIONS

Allegriini S.p.A.

Vicolo Salvo D'Acquisto, 2 - 24050 Grassano (BG)
Tel. +39 035 4242111 - Fax +39 035 526588
info@allegriini.com - www.allegriini.com

EQUIPMENT



Robot Coupe Italia S.r.l.

Via Stelloni Levante, 24/a - 40012 Calderara di Reno (BO)
Tel. +39 051 726 810 - www.robot-coupe.com/ita/it

FOOD & BEVERAGE



Barilla FoodService

Soluzioni ristorative

Via Mantova, 166 - 43122 Parma
Numero verde 800388288 - www.barillafoodservice.it



L'ORTOFRUTTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE ITALIANA

Conor S.r.l.

Via delle viti 5 - 40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111 - Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it - www.conorsrl.it



Cupiello

Riviera di Chiaia, 215 - 80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081 400816 - Fax +39 081 419059
gestioneclienti@fresystem.com - www.cupiello.com



General Fruit S.r.l.

Via Torquato Tasso, 8/10 - 24060 Credaro (BG)
Tel. +39 035927030 - www.generalfruit.com



INALCA S.p.A.

Via Spilamberto, 30/c - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111 - Fax +39 059 755517
info@inalca.it



OROGEL S.p.A.

Via Dismano, 2600 - 47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771 - Fax +39 0547 377016
www.oringel.it - info@oringel.it



L'italiana preferita dallo chef

PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA,
SUGHI SURGELATI E PIATTI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.

Via Bastia, 16/1 - 48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328 - Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it - www.surgital.com

FORNI



LAINOX Ali Group S.r.l.

Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110 - Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it - www.lainox.it



Rational Italia S.r.l.

Via Impastato, 22 - 30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050 - Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it - www.rational-online.com



Tecnoinox S.r.l.

Via Torricelli 1 - 33080 Porcia (PN)
Tel. +39 0434 920110
info@tecnoinox.it - www.tecnoinox.it

FORNITURE PER RISTORAZIONE

eurofides

IL N°1 PER LE SHOPPER E IL CONFEZIONAMENTO

Eurofides Srl

Servizio Clienti 800.079.060
info@eurofides.com - www.eurofides.com



Five Services

Via G. Amendola, 5 - 20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com - www.fiveservices.com



Metaltecnica Produzioni S.r.l.

Via Rossini, 26 - 47814 Bellaria (RN)
Tel. 0541 347852 - Fax 0541 347660
www.metaltecnica.com - info@metaltecnica.com



S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.

Via Campo dei Fiori, 13
20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it



VITO Italia srl

Via Gorizia 14 - 31025 S. Lucia di Piave (TV)
Tel. 0438 460235 - cell. 345 5515644
info@vitoitalia.it - www.vitoitalia.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI



Adriatica Oli S.r.l.

C.da Cavallino, 39 - 62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoili.com - www.adriaticaoili.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE



Comenda Ali Group S.r.l.

Via Galileo Galilei, 8
20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1 - Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu



Meiko Italia S.r.l.

Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind - 10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a. - Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it - www.meiko.it

NOLEGGIO POSATE



Clearkit

Via Giovanni Donghi, 8
20811 Cesano Maderno (MB)
Tel. 0362 687643
commerciale@clearkit.it - www.clearkit.it

SERVIZI INTEGRATI



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518
Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SERVIZI WELFARE



Valyouness S.r.l.

Via Nobel 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
www.valyouness.it - info@valyouness.it

SOFTWARE



Axios Informatica S.r.l.

Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546 - Fax +39 0424 586284
commerciale@axios.it - www.axiosinformatica.it



Etica Soluzioni S.r.l.

Sede legale: Via dei Solteri 76, Trento
Sede operativa: Via Francesco Croce 65, Abbiategrasso (MI)
P.IVA 02344210220
Tel. +39 0461/1862014
info@eticasoluzioni.com
divisione.commerciale@eticasoluzioni.com
www.eticasoluzioni.com



Gamba Bruno S.p.A.

Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011
Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it
www.gambabruno.it



Mytec S.r.l.

Sede operativa
Via Caravaggio 28/A
20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 039 9466362
info@mytec.com - www.mytec.com



Progettie e Soluzioni S.p.A.

Direzione Generale
Via Ugo La Malfa 1
20063 Cernusco s/N (MI)
Centralino Tel. 02 45074323
Sede Legale
Via Nicolai 8 - 70123 Bari - Tel. 080 2149 474
www.progettiesoluzioni.it - info@progettiesoluzioni.it



Ristocloud Group Srl

Via Risorgimento 20 - 37019 Peschiera del Garda (VR)
Tel. + 39 045 6402881
Fax +39 045 6402872
info@ristocloudgroup.com - www.ristocloudgroup.com



Serenissima Informatica SpA

Via Croce Rossa, 5 - 35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111 - Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it - www.serinf.it



Zucchetti

Via Solferino, 1 - 26900 Lodi
Tel. +39 0371 594 2444
market@zucchetti.it - www.zucchetti.it

VENDING



Ristovending Srl

Viale Leonardo da Vinci, 20 - 36100 Vicenza
Tel. 0444 914545
info@ristovending.it - www.ristovending.it

UN ANNO DI

GENNAIO/FEBBRAIO



EDITORIALE

- ♦ La tecnologia che ci unisce 1

NEWS

- ♦ La notizia è servita 8

TENDENZE E MERCATI

- ♦ 2022: un anno di stabilizzazione 18

RISTORAZIONE COLLETTIVA

- ♦ Per un futuro migliore 20

RISTORAZIONE SCOLASTICA

- ♦ Verso una nuova cultura alimentare 27

FOOD TREND

- ♦ Eppure si muove 30

BANQUETING

- ♦ A me il servizio 34

RISTORANDO PER MARKAS

- ♦ Un impegno presente per un futuro migliore 37

SOSTENIBILITÀ ALIMENTARE

- ♦ Sconfiggere la fame: la strada è in salita 39

FORMAT

- ♦ Ritorno al futuro 42

MENSE SCOLASTICHE

- ♦ Un aiuto dal PNRR 44

FOODSERVICE EQUIPMENT

- ♦ Mille giorni ai fornelli 46

GARE & APPALTI

- ♦ OK il prezzo è giusto 48

AUTOSTRADE

- ♦ La storia è servita 66

RISTORANDO PER PANITALY

- ♦ L'arte in tavola firmata Panitaly 69

LA BORSA DELLE IMPRESE

- 71

RISTORANDO F&B

- 81

RISTORANDO CLUB

- 82

CARTA STAMPATA

- 88

MARZO



EDITORIALE

- ♦ Per un futuro migliore 1

NEWS

- ♦ La notizia è servita 8

TENDENZE E MERCATI

- ♦ Ancora molte incognite 18

RISTORAZIONE COLLETTIVA

- ♦ Una questione di... personale 21

FOODSERVICE - MERCATO EUROPEO

- ♦ La crisi alle spalle 28

LEGGI E NORMATIVE

- ♦ Indicazioni discutibili 33

MERCATI & TENDENZE

- ♦ La corsa del delivery 37

NUOVI TREND

- ♦ Innovazione, avanti tutta! 43

RISTORANDO WEBINAR

- ♦ Criteri discutibili 48

FOODSERVICE EQUIPMENT

- ♦ Passato difficile futuro incoraggiante 54

NUOVI FORMAT

- ♦ Una bowl di... salute 58

BRAND ANALYSIS

- ♦ Signorvino pensa in grande 60

LA BORSA DEL BIOLOGICO

- 62

LA BORSA DELLE IMPRESE

- 67

RISTORANDO EQUIPMENT

- 75

RISTORANDO CLUB

- 76

CARTA STAMPATA

- 80

APRILE



EDITORIALE

- ♦ Avanti tutta 3

NEWS

- ♦ La notizia è servita 8

TENDENZE E MERCATI

- ♦ Il barometro produttivo segna tempesta 18

RISTORAZIONE COLLETTIVA

- ♦ A proposito di futuro 21

RISTORAZIONE COMMERCIALE

- ♦ Un mestiere da imparare 25

GARE E APPALTI

- ♦ Una storia a lieto fine 35

ALIMENTAZIONE

- ♦ Attenti agli zuccheri 43

TECNOLOGIE

- ♦ Un aiuto dalle macchine 46

RISTORAZIONE A TEMA

- ♦ Il business mette le ali 50

BRAND ANALYSIS

- ♦ 12oz: il "coffee" per la Gen Z 54

RISTORAZIONE SCOLASTICA

- ♦ Percezioni e aspettative 57

FOODSERVICE EQUIPMENT

- ♦ Un'offerta a tutto tondo 60

LA BORSA DELLE IMPRESE

- 65

RISTORANDO F&B

- 73

RISTORANDO CLUB

- 74

CARTA STAMPATA

- 80

MAGGIO



EDITORIALE

- ♦ Ripartiamo da qui 1

NEWS

- ♦ La notizia è servita 8

TENDENZE E MERCATI

- ♦ La brusca frenata della globalizzazione 18

RISTORAZIONE COLLETTIVA

- ♦ Alle prese con il cambiamento 20

APPALTI PUBBLICI

- ♦ La ristorazione secondo Consip 24

FORMAZIONE

- ♦ L'unione fa la forza 27

RISTORAZIONE SOCIO-SANITARIA

- ♦ Nuove tariffe vecchi dubbi 33

ASSOCIAZIONI - COLLETTIVA

- ♦ Ieri, oggi domani 38

ASSOCIAZIONI - COMMERCIALE

- ♦ Certezze, speranze e timori 41

ALIMENTAZIONE E AMBIENTE

- ♦ La food literacy a sostegno di salute umana ed ambientale 45

HOTEL

- ♦ Gli atout della tavola 48

EQUIPMENT

- ♦ Tra crisi e sfide del mercato 52

FUORICASA

- ♦ Un bel di vedremo 55

LA BORSA DELLE IMPRESE

- 65

RISTORANDO EQUIPMENT

- 72

RISTORANDO CLUB

- 74

CARTA STAMPATA

- 80

GIUGNO



EDITORIALE

- ♦ Alla nostra maniera 1

NEWS

- ♦ La notizia è servita 6

TENDENZE E MERCATI

- ♦ Alle prese con lo spettro della stagflazione 16

RISTORAZIONE COLLETTIVA

- ♦ Food academy, avanti tutta! 18

LEGGI E NORMATIVE

- ♦ Un provvedimento di cui non si sentiva la mancanza 27

RISTORAZIONE COMMERCIALE

- ♦ Italia sì Italia no 31

L'ESPERTO RISPONDE

- ♦ I vostri dubbi, i nostri chiarimenti 35

CORRETTA ALIMENTAZIONE

- ♦ La pandemia accelera la diffusione dell'obesità 37

SPECIALE CONVEGNO

- ♦ Un passo avanti 41

RISTORANDO PER RISTOCLOUD GROUP

- ♦ Il progetto "Ristorazione Terza Età" 59

MERCATI

- ♦ L'agrifood ai raggi X 61

LA BORSA DELLE IMPRESE

- 67

RISTORANDO F&B

- 73

RISTORANDO CLUB

- 74

CARTA STAMPATA

- 80

RISTORANDO

LUGLIO/AGOSTO



EDITORIALE

- ♦ Problemi di... digestione 1

NEWS

- ♦ La notizia è servita 6

TENDENZE E MERCATI

- ♦ Un mix poco incoraggiante 16

TREND

- ♦ Presente e futuro 19

LEGGI E NORMATIVE

- ♦ Proposte di revisione 26

SPRECO ALIMENTARE

- ♦ Approvate le Linee guida della Regione Emilia Romagna 32

RISTORANDO PER CONTITAL

- ♦ Una scelta sostenibile 35

SCENARI

- ♦ Tra passato e futuro 37

RISTORANDO PER IMBALLAGGI ALIMENTARI

- ♦ La risposta è servita 43

FOOD INDUSTRY MONITOR 2022

- ♦ Aziende food ai raggi X 44

RISTORAZIONE COLLETTIVA

- ♦ Serenissima accelera sui servizi 48

MERCATI E TENDENZE

- ♦ Un business che va veloce 55

LA BORSA DELLE IMPRESE

- 61

RISTORANDO EQUIPMENT

- 72

RISTORANDO CLUB

- 74

CARTA STAMPATA

- 80

SETTEMBRE



EDITORIALE

- ♦ A tu per tu con l'incertezza 1

NEWS

- ♦ La notizia è servita 7

TENDENZE E MERCATI

- ♦ Nuvole all'orizzonte 18

RISTORAZIONE COLLETTIVA

- ♦ Verso nuove sfide 20

FOOD TREND

- ♦ Il grande balzo 24

RISTORAZIONE SCOLASTICA

- ♦ Un'esperienza appetitosa 31

BUONI PASTO

- ♦ AAA nuovi equilibri cercansi 36

MERCATO USA

- ♦ Ripresa a stelle e strisce 44

ALIMENTAZIONE

- ♦ Integratori alimentari: no grazie 50

FOODSERVICE EQUIPMENT

- ♦ Il nodo dei consumi 52

FOOD TREND

- ♦ La tavola goes vegan 54

LA BORSA DEL BIOLOGICO

- 62

LA BORSA DELLE IMPRESE

- 67

RISTORANDO F&B

- 75

RISTORANDO CLUB

- 76

CARTA STAMPATA

- 80

OTTOBRE



EDITORIALE

- ♦ Appalti insostenibili 1

NEWS

- ♦ La notizia è servita 6

TENDENZE E MERCATI

- ♦ Soffia un vento minaccioso 20

RISTORAZIONE SCOLASTICA

- ♦ Le incognite della doppia sostenibilità 23

FOOD TREND

- ♦ Una bowl che fa boom 32

MERCATI ESTERI

- ♦ La ristorazione aziendale in Spagna 39

COTTURA E ATTREZZATURE

- ♦ Piccolo vademecum per grandi cucine 42

RISTORAZIONE EVENTO

- ♦ Food & mall: ritorno al futuro 49

ALBERGHI

- ♦ Il F&B in hotel 50

RISTORANDO PER ELECTROLUX PROFESSIONAL

- ♦ Innovazione e Sostenibilità 55

ALIMENTAZIONE

- ♦ God save the... children 57

MERCATI E TENDENZE

- ♦ La forza del bio 60

LA BORSA DELLE IMPRESE

- 66

RISTORANDO EQUIPMENT

- 72

RISTORANDO CLUB

- 74

CARTA STAMPATA

- 80

NOVEMBRE



EDITORIALE

- ♦ In balia degli aumenti 1

NEWS

- ♦ La notizia è servita 6

TENDENZE E MERCATI

- ♦ L'inflazione resta aggressiva 16

RISTORAZIONE SOCIO-SANITARIA

- ♦ Lo tsunami dei rincari 18

DOSSIER CENTRI COMMERCIALI - 1

- ♦ Food e mall: la ripartenza è servita 27

DOSSIER CENTRI COMMERCIALI - 2

- ♦ Le tre "R" dell'Oriocenter 30

GARE E APPALTI

- ♦ Aggiudicazioni discutibili 33

MERCATI ESTERI: UK

- ♦ Maestri dello smart working 39

RISTORAZIONE SCOLASTICA

- ♦ La mensa di domani 42

RISTORAZIONE COLLETTIVA

- ♦ Investire in innovazione 49

FUORICASA

- ♦ La ristorazione in altalena 51

ALIMENTAZIONE

- ♦ Regole da seguire 55

FOODSERVICE EQUIPMENT

- ♦ Un comparto in salute 58

TREND & MERCATI

- ♦ Un quadro a tinte fosche 61

LA BORSA DEL BIOLOGICO

- 62

LA BORSA DELLE IMPRESE

- 67

RISTORANDO F&B

- 74

RISTORANDO CLUB

- 76

CARTA STAMPATA

- 80

DICEMBRE



EDITORIALE

- ♦ Angem lancia l'allarme 1

NEWS

- ♦ La notizia è servita 6

TENDENZE E MERCATI

- ♦ Nuove sfide per la finanza pubblica 18

CONVEGNI

- ♦ Angem chiama, la collettiva risponde 21

FOOD TREND

- ♦ Il successo nella ristorazione 30

GESTIONE DEL PERSONALE

- ♦ Regione che vai competenze che trovi 33

RISTORAZIONE UNIVERSITARIA

- ♦ Una soluzione al passo coi tempi 38

RICERCA & SVILUPPO

- ♦ Al cuore dell'offerta 40

RISTORAZIONE A TEMA

- ♦ Catene a tutta birra 44

RISTORANDO PER MARKAS

- ♦ L'innovazione che parte dalle persone 51

ALIMENTAZIONE & SALUTE

- ♦ Verso gli Stati Generali della Nutrizione 52

RISTORAZIONE COMMERCIALE

- ♦ Lo sport irrompe nel fuoricasa 55

LA BORSA DELLE IMPRESE

- 60

RISTORANDO EQUIPMENT

- 70

RISTORANDO CLUB

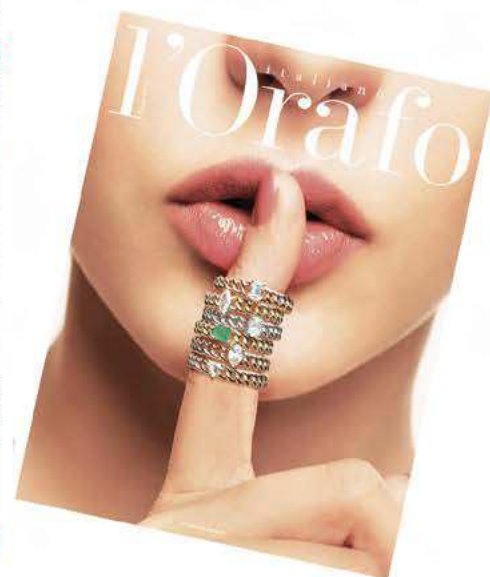
- 72

UN ANNO DI RISTORANDO

- 76

CARTA STAMPATA

- 80





**Le nostre riviste
sono disponibili anche
per smartphone,
tablet e pc!**

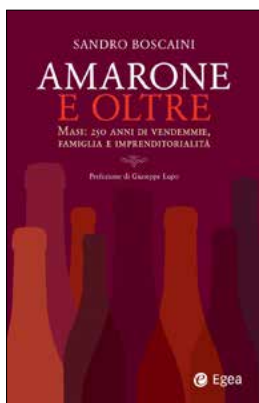
Edifis Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - www.edifis.it

**"Amarone e oltre":
250 anni di Masi tra
vendemmie, famiglia
e imprenditorialità**

di Sandro Boscaini
Egea
€ 20,00

Sandro Boscaini ripercorre in un libro edito da Egea le vicende dell'azienda di famiglia dalla prima vendemmia nel 1772 fino ai giorni nostri, in un viaggio tra Storia e attualità, passione e strategia imprenditoriale, rispetto della tradizione e innovazione dei processi e prodotti, attraverso aneddoti personali e testimonianze di prima mano.

Il presidente di Masi Agricola, si rivolge ai lettori invitandoli a intraprendere un viaggio lungo 250 anni: esponente della sesta generazione di una dinastia che ha fatto dell'amore e del radicamento nella propria terra - la Valpolicella - e del suo prodotto principe - l'Amarone - il volano per un'impresa e un brand che hanno conquistato il mondo, Boscaini ci accompagna lungo una narrazione affascinante e vivace, in cui le vicende della storia si intrecciano con quelle della famiglia, di cantine e vigneti, del territorio, partendo dalla propria valle fino alle Venezie, terroir culturale.



**Tutti i colori
di Acquerello.
Ispirazioni di riso.**

Ediz. italiana e inglese
Giunti Editore
€ 25,00

Un libro fuori dal comune, che conduce il lettore in un viaggio gastronomico per immagini, nato dall'incontro tra un brand di riso italiano unico al mondo e la straordinaria passione della comunità che è nata su Instagram per condividere i piatti realizzati con il riso Acquerello. Un colorato viaggio gastronomico alla scoperta della creatività di cuochi gourmand e cultori dei fornelli. Pagina dopo pagina, si entra in un caleidoscopio di ingredienti, preparazioni e impiattamenti che nessun altro libro di cucina ha mai riportato con tale estensione. Sfogliandolo, dal bianco delle prime pagine si passa al giallo, all'arancio, fino al viola e al nero: sono tutti i colori dei piatti fotografati, cucinati con il riso Acquerello, da ricreare seguendo la traccia fornita dagli hashtag dei loro creatori e degli ingredienti principali.





AEROPORTO CARAVAGGIO

Orio al Serio - Bergamo
12 OZ & I LOVE POKE

CASCINA GOBBA EST

Milano
BRICIOLE



MUGGIANO OVEST

Milano
CAFFÈ VERGNANO



AEROPORTO CAPODICHINO

Napoli
CARREFOUR EXPRESS



STAZIONE TERMINI

Roma
RINALDI



AEROPORTO LEONARDO DA VINCI

Roma
12 OZ

AREAS Italia

FERMATI NEI NOSTRI NUOVI STORE!

LE SOSTE CHE SI FANNO SULLA STRADA DELLE VACANZE
SONO PARTE INTEGRANTE DEL VIAGGIO. FAI IN MODO CHE OGNI PAUSA
DIVENTI UN BEL RICORDO: FERMATI CON NOI!

areas 
Savor your way

www.areas.com
www.mychef.it

probbax®

Probbax
augura
Buone Feste

